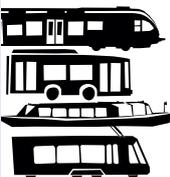


UNIRESO  
RAPPORT DE GESTION  
2015



## UNIRESO – RAPPORT DE GESTION 2015

04	LE MOT DU CONSEILLER D'ÉTAT
05	LE MOT DU PRÉSIDENT
07-09	ORGANISATION Le comité technique unireso Le comité de décision unireso Le comité de coordination « État de Genève-unireso » Le comité de coordination régional
11	LE FORUM NATIONAL DES COMMUNAUTÉS TARIFAIRES
15-19	LES DOSSIERS UNIRESO Le projet de tarif multimodal régional (ETMR) La clé de répartition unireso 2015 Genève Aéroport Une nouvelle formule pour le magazine <i>Ou bien ?!</i> L'abonnement modulable Le taux de change en vigueur Le financement de Grandes Lignes des CFF Le découpage de la zone 10 : mandat d'étude pour unireso
21-35	VENTES ET PARTENARIATS
22-29	Les ventes Tout Genève <i>Les recettes des billets et forfaits journaliers</i> <i>Les recettes des abonnements mensuels</i> <i>Les recettes des abonnements annuels</i> <i>Les abonnements en circulation</i> <i>La satisfaction des clients de l'offre tarifaire unireso</i>
30-31	Les ventes régionales : toujours en progression
32	Les ventes de titres combinés
33	Les partenariats unireso <i>Unireso pro, partenariat avec les Grands-comptes</i> <i>Les actions promotionnelles au sein des communes</i>
34	Genève Aéroport, partenaire d'unireso depuis 2008
35	Le partenariat avec la Fondation pour le tourisme
37-42	COMMUNICATION
38-41	Les actions 2015
42	Les dépenses 2015
45-55	FRÉQUENTATION
46-49	Fréquentation / Offre de transport
50-55	L'enquête BEST : un benchmark européen des transports publics
57-63	BILAN
58-61	Le décompte Tout Genève
62	Le décompte régional
63	Le rapport de l'organe de révision





La Communauté tarifaire intégrale unireso joue un rôle fondamental dans la mobilité de la population genevoise, l'un des grands défis auquel doit faire face le Département de l'environnement, des transports et de l'agriculture (DETA), dont je suis chargé depuis décembre 2013. Grâce aux trois partenaires historiques que sont les Transports publics genevois (tpg), les Chemins de fer fédéraux (CFF) et la Société des Mouettes Genevoises Navigation SA (SMGN), ce sont ainsi 205 millions de voyageurs qui ont été transportés dans le canton en 2015. Mais unireso déborde aussi nos frontières, pour répondre aux déplacements des nombreux habitants du Grand Genève, raison pour laquelle unireso a intégré au fil du temps 6 autorités organisatrices et 8 opérateurs de transports.

La baisse des tarifs de décembre 2014, issue de l'initiative acceptée par le peuple « Stop aux hausses des tarifs tpg », n'a malheureusement pas permis d'augmenter la fréquentation au-delà des nouveaux arrivants (+1,5 % de voyages) et a provoqué, pour la première fois depuis 6 ans, une diminution des recettes de -6,3 % (par rapport à 2014). Du fait notamment que les abonnés mensuels se sont tournés vers les abonnements annuels plus avantageux (-28,6 %), il manque près de 10 millions de francs pour soutenir l'offre. Satisfaction en revanche du côté du chiffre d'affaires d'unireso régional, puisqu'il a progressé de +4 % en 2015.

Qu'est-ce qui incite la population à se tourner vers les transports publics ? Selon une enquête réalisée auprès des nouveaux abonnés annuels unireso, ce sont, par ordre d'importance, leur côté pratique, l'évitement des bouchons, leur rapidité et le souci d'écologie, le prix ne venant qu'en huitième position.

Je me réjouis particulièrement que le Canton de Genève retrouve sa 1<sup>ère</sup> place en matière de satisfaction générale des transports publics, après l'avoir perdue en 2011. C'est l'étude BEST comparant 6 villes européennes, à laquelle Genève participe depuis 2002, qui nous le confirme. Fait à relever, la satisfaction des personnes vis-à-vis des transports publics est d'autant plus grande que leur utilisation en est intense.

Je suis fier aussi du rôle pilote joué par notre canton, aux côtés de celui de Vaud, avec la carte unique des transports Swisspass.

En effet, en sus des abonnements généraux et des abonnements demi-tarif proposés par les CFF, les abonnements communautaires unireso et Mobilis y seront intégrés prochainement en première Suisse. Ce support proposera également l'accès à d'autres services multimodaux permettant de faciliter encore davantage la Mobilité à l'avenir. Muni d'un tel support, les habitants du Grand Genève pourront aisément passer des bus aux trains du futur Léman Express, dès la fin du chantier CEVA à fin 2019. À l'appui de la refonte des systèmes tarifaires, d'une offre améliorée et d'une gouvernance renforcée, les usagers traverseront rapidement leur ville ou iront en France voisine ou à Lausanne depuis la Gare des Eaux-Vives ou l'une des 4 nouvelles gares ou haltes créées pour l'occasion sur le territoire genevois.

En matière ferroviaire toujours, la convention-cadre signée le 7 décembre 2015 entre la Confédération, le Canton de Genève, la Ville de Genève et les CFF a défini les principales modalités financières et techniques du projet d'extension souterraine de la gare de Cornavin. Ce projet est vital pour Genève, car la gare atteindra bientôt le maximum de ses capacités. Suite à la mise en service de voies supplémentaires à partir de 2031, notre canton pourra répondre aux défis qui l'attendent et bénéficier des développements ultérieurs de l'infrastructure et de l'offre sur l'axe ferroviaire entre Lausanne et La Plaine, prévus par le programme Léman 2030.

En conclusion, je tiens à saluer le travail et l'engagement des collaboratrices et collaborateurs des opérateurs de transports. Grâce à eux, les habitants peuvent se déplacer dans toute notre région de manière sûre, sur terre et sur l'eau, tant pour leur travail que pour leurs loisirs.

De mon côté, je continue à vouloir promouvoir une mobilité plurielle pour tous guidée par 3 principes directeurs : fluidité, efficacité, complémentarité.

**Luc Barthassat**

Chef du Département de l'environnement,  
des transports et de l'agriculture (DETA)

**2015** constitue pour la communauté tarifaire la première année d'application des deux contrats de prestations quadriennaux conclus avec les autorités organisatrices pour les périmètres « Tout Genève » et « unireso régional ». Mais il s'agit surtout de la première année de l'application de la baisse des tarifs unireso « Tout Genève », suite au résultat de la votation de l'Initiative 146 « Stop aux hausses des tarifs des tpg ! ».

Au terme de cette année, le bilan des ventes correspond aux prévisions des partenaires unireso. En effet, les modifications des prix de chaque titre de transport ont ôté toute cohérence à la grille tarifaire élaborée année après année. De ce fait, les clients se sont massivement reportés vers les titres dont les prix ont le plus fortement diminué, à commencer par l'abonnement annuel à CHF 500. Déjà acquis à la cause des transports publics, les abonnés mensuels se sont tournés vers cet abonnement, beaucoup plus avantageux. L'ambition d'attirer de nouveaux clients affichée par les initiants à l'origine des nouveaux prix n'a malheureusement pas trouvé l'écho attendu, et quasi seuls des transferts de clientèles d'un titre vers un autre ont pu être constatés.

À Genève comme ailleurs, la variable « prix » est loin de constituer le levier principal pour modifier les habitudes des populations en matière de mobilité.

Le niveau de recettes encaissé fin 2015 n'est pas loin du niveau anticipé par unireso lors de l'élaboration du budget « Tout Genève ». La perte de recettes induite par l'Initiative 146 a été prise en charge par le Canton, conformément au contrat de prestations 2015-2018.

La fréquentation des transports publics sur le territoire genevois a, quant à elle, progressé à un niveau modéré correspondant en grande partie à l'accroissement naturel de la population en 2015. Le total des abonnements en cours de validité continue de progresser, comme les années précédentes, ce qui est réjouissant.

Au-delà du niveau global des ventes, la clé de répartition des recettes unireso « Tout Genève » a elle aussi évolué pour la première fois en 2015, succédant ainsi à vingt-cinq ans de clé fixe. La clé dynamique s'applique désormais et sera sujette à modification chaque année en fonction du nombre de voyages et de la distance parcourue par chaque opérateur. Il s'agit là d'une grande avancée permettant de coller au mieux à la réalité des prestations consommées. Ce principe de répartition rapproche unireso des standards de répartition utilisés dans la plupart des autres communautés tarifaires suisses.

En ce qui concerne unireso régional, il est agréable de constater que les clients sont de plus en plus nombreux, ce qui participe à l'amélioration continue des recettes au fil des années. Pratiquement toutes les zones régionales profitent de cette progression qui s'explique là aussi par l'essor démographique de la couronne française et vaudoise du canton de Genève.

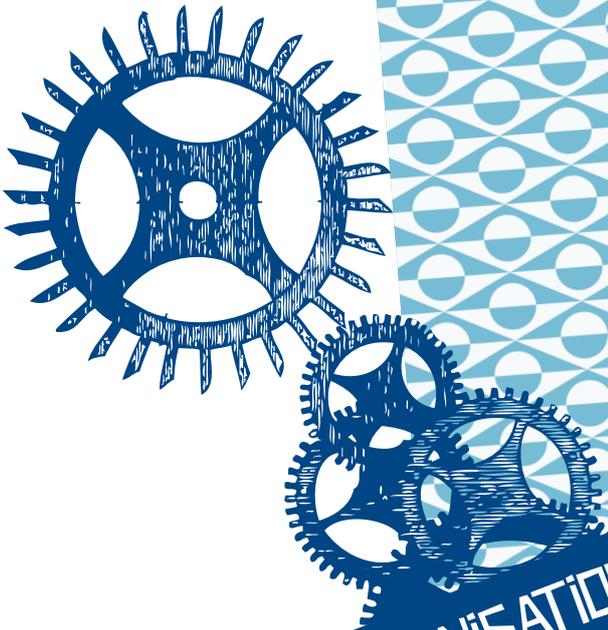
Je ne veux pas oublier les innombrables réalisations d'unireso durant cette année, que ce soit en matière de partenariats, de nouveaux produits, de communication et de projets en cours. Elles sont particulièrement nombreuses et variées et je vous en souhaite une belle découverte dans les pages de ce rapport.

Je tiens enfin à remercier l'équipe d'unireso qui fait le lien avec les entreprises de transport et constitue un rouage essentiel à la bonne marche de la communauté tarifaire.



**Christoph Stucki**  
Président d'unireso





ORGANISATION

L'ensemble des représentants des opérateurs membres d'unireso se retrouve régulièrement au sein de comités, véritables lieux d'échanges et de décision autour des sujets qui font l'actualité de la communauté tarifaire (unireso Tout Genève et régional).

#### LE COMITÉ TECHNIQUE UNIRESO

Le comité technique se réunit chaque mois, règle les questions opérationnelles et prépare les décisions qui seront approuvées en fin de mois au comité de décision.

Les actions de communication y sont discutées.

Les participants à ces séances sont :

– **pour unireso :**

Rémy Burri, responsable

Xavier Mugnier, gestionnaire unireso

Olivia Gerig, chargée de communication

– **pour les transports publics genevois (tpg) :**

Yann Gessler, délégué à la communauté

tarifaire et chargé des offres commerciales

Amélie Jamar, déléguée adjointe à la

communauté tarifaire

– **pour les Chemins de fer fédéraux (CFF) :**

Antoine Stübi, responsable de communautés tarifaires

Maud Daenzer, collaboratrice marketing régional

– **pour la Société des Mouettes genevoises Navigation (SMGN) :**

Joël Charrière, directeur

Laurence Auque-Bouchez, directrice administrative et financière

– **pour les Transports publics de la région yonnaise (TPN) :**

Philippe Magnin, responsable du service commercial

– **pour les Transports annemassiens collectifs (TAC) :**

Jérôme Lavenier, directeur

Anne-Cécile Dumas, responsable marketing et communication

– **pour Transdev :**

Sylvie Begain, responsable méthodes et offres

– **pour RATP-Dev (Alibus) :**

Pascal Deprez, directeur

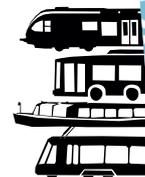
– **pour la SNCF :**

Isabelle Adolle, responsable tarification

Rachida Rahmouni, responsable

interopérabilité et support billettique

Des groupes de travail spécifiques ont été mis en place afin de soulager le contenu des comités techniques. Certains dossiers y sont traités de manière régulière et approfondie.



## LE COMITÉ DE DÉCISION UNIRESO

Au comité de décision siègent les représentants des entreprises de transport évoluant dans unireso Tout Genève et régional (en France voisine et Terre Sainte vaudoise). Ce comité entérine les dossiers discutés et travaillés au comité technique et dans les groupes de travail. Il se réunit une fois par mois et assure le fonctionnement de la communauté tarifaire. En 2015, les sujets abordés au comité de décision ont porté sur des thèmes aussi variés que la clé de répartition des recettes, les adaptations tarifaires, le partenariat avec Genève Aéroport, l'abonnement modulable, etc.

Les participants à ces séances sont :

- **pour unireso :**  
Christoph Stucki, président  
Rémy Burri, responsable  
Xavier Mugnier, gestionnaire  
Olivia Gerig, chargée de communication
- **pour les transports publics genevois (tpg) :**  
Anita Frei, présidente du Conseil d'administration des tpg, jusqu'en juin 2015, puis Christophe Clivaz, président a.i. du Conseil d'administration des tpg  
Denis Berdoz, directeur général  
Éric Forestier, directeur Direction Clients
- **pour les Chemins de fer fédéraux (CFF) :**  
Patrick Altenburger, responsable marché suisse, jusqu'en août 2015, puis  
Alain Barbey, chef du trafic régional et coordinateur Romandie  
Antoine Stübi, responsable de communautés tarifaires
- **pour la Société des Mouettes genevoises Navigation (SMGN) :**  
Antoine Böhler, président du conseil d'administration  
Joël Charrière, directeur  
Laurence Auque-Bouchez, directrice administrative et financière
- **pour les Transports publics de la région nyonnaise (TPN) :**  
Richard Zaugg, directeur  
Philippe Magnin, responsable du service commercial
- **pour les Transports annemassiens collectifs (TAC) :**  
Jérôme Lavenier, directeur

- **pour Transdev :**

Sylvie Begain, responsable méthodes et offres

- **pour RATP-Dev (Alpbus) :**

Pascal Deprez, directeur

- **pour la SNCF :**

Isabelle Adolle, responsable tarification  
Rachida Rahmouni, responsable interopérabilité et support billettique

## LE COMITÉ DE COORDINATION

### « ÉTAT DE GENÈVE-UNIRESO »

Le comité de coordination est un lieu d'échanges entre les trois opérateurs d'unireso Tout Genève (tpg, CFF et SMGN) et leur autorité organisatrice. Il est compétent pour contrôler l'application du nouveau contrat de prestations 2015-2018. Ce comité est présidé par Monsieur David Favre, secrétaire général adjoint au Département de l'environnement, des transports et de l'agriculture (DETA). L'Office fédéral des transports est représenté à ce comité.

## LE COMITÉ DE COORDINATION RÉGIONAL

Le comité de coordination régional est le lieu d'échanges entre les entreprises de transport et les autorités organisatrices signataires du contrat de prestations unireso régional. Ce comité approuve les décomptes régionaux et assure le suivi des dossiers relatifs au périmètre régional de la communauté tarifaire. Ce comité est également présidé par Monsieur David Favre, secrétaire général adjoint au DETA, et se réunit deux fois par an. L'Office fédéral des transports y est également représenté.





LE FORUM NATIONAL

DES COMMUNAUTÉS TARIFAIRES

Les communautés tarifaires suisses se sont unies dans une société simple (C 551) afin de mener à bien les objectifs suivants :

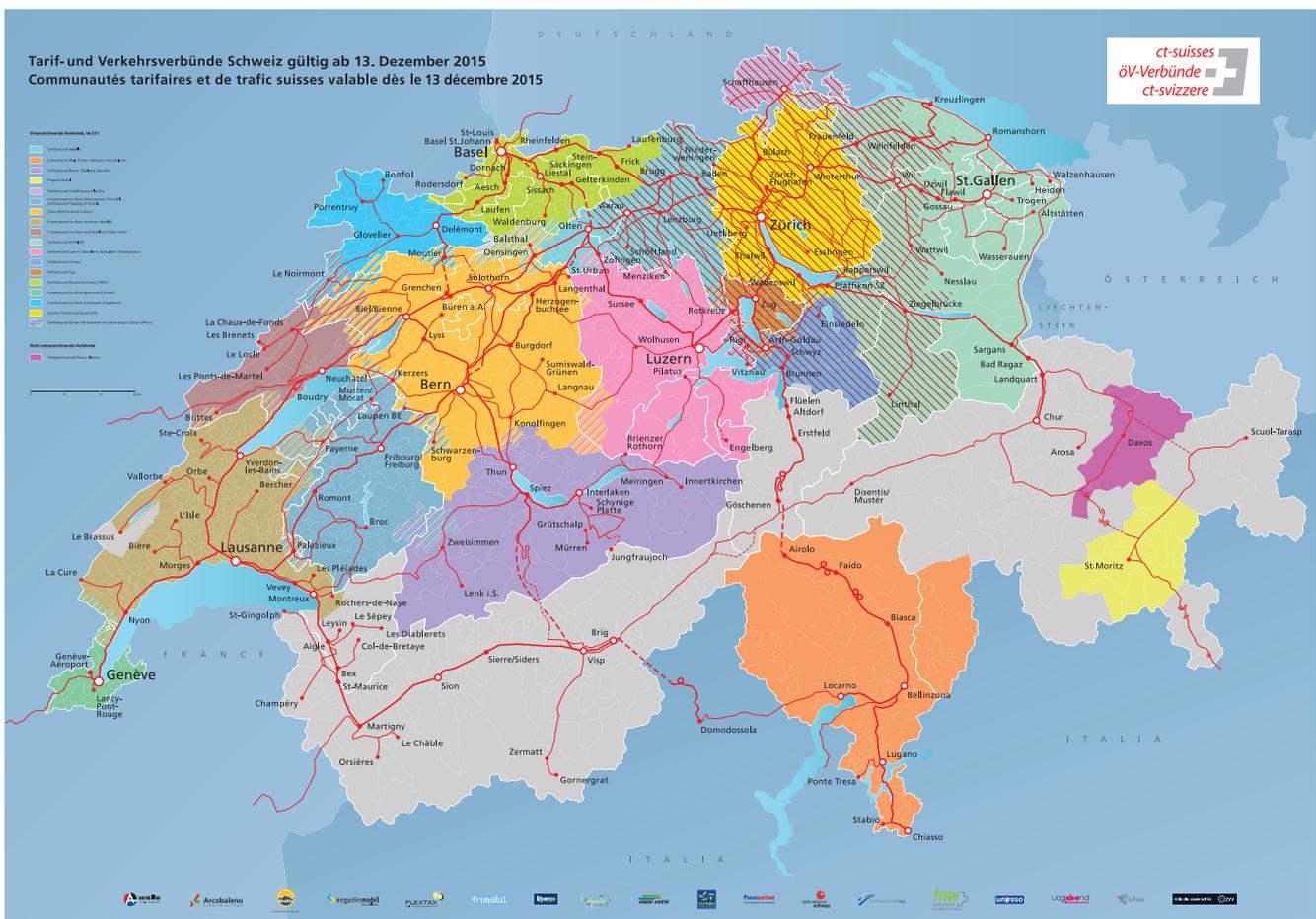
- créer de la valeur ajoutée pour les clients des transports publics : harmoniser et simplifier les dispositions d'utilisation, minimiser les pièges ;
- diminuer les obstacles d'accès aux transports publics : faire progresser l'efficacité des coûts ;
- faciliter l'innovation : créer des liens tarifaires entre zones qui se chevauchent ;
- établir un échange professionnel entre les comités des communautés tarifaires suisses et le Service direct : améliorer la collaboration ;
- être l'interlocuteur compétent pour les organes politiques et pour d'autres groupes cibles.

Le forum des communautés se réunit deux fois par an à Berne. Christoph Stucki copréside ce forum. Les travaux en cours et les réalisations marquantes des différentes communautés sont mis en lumière à cette occasion.

Les participants au forum prennent également connaissance de l'évolution des projets nationaux qui impacteront les communautés tarifaires à plus ou moins long terme.

Rémy Burri, responsable unireso, est membre de la Commission des dispositions tarifaires (KTB).

Roger Perrin est membre de la Commission distribution (KVS).



Les sujets traités en 2015 au forum des communautés sont divers, et parmi ceux-ci :

### LE SWISSPASS, CARTE « TOUT EN UN »

La carte unique des transports a remplacé les supports en vigueur des abonnements généraux et des abonnements demi-tarif le 1<sup>er</sup> août 2015. Le remplacement des abonnements communautaires unireso et Mobilis suivra au mois de décembre 2016.

Le SwissPass offre des possibilités inédites à la clientèle par le biais de l'intégration d'autres services tels que RailAway, Publibike, Mobility, en qualité de partenaires SwissPass. Ce dernier peut également être utilisé dès l'hiver 2015 comme support de forfaits de ski.

D'autres prestations vont également voir le jour.

Pour les entreprises de transport, le SwissPass doit permettre de renforcer la satisfaction des clients, notamment par un renouvellement simplifié des abonnements, et de limiter les abus. À plus long terme, une réduction des coûts pour la vente est attendue.



**Vente aux clients pionniers**  
25.05.2015



**Les clients pionniers avec SwissPass**  
01.06.2015



**Début de la vente**  
15.06.2015



**Go Live du SwissPass**  
01.08.2015

### L'ABONNEMENT MODULABLE, LE LIEN ENTRE LES COMMUNAUTÉS TARIFAIRES ET LE SERVICE DIRECT

L'abonnement modulable est un nouveau produit à destination des pendulaires introduit le 14 décembre 2015 en avant-première nationale dans la région entre Rolle et Genève.

Il est l'abonnement idéal permettant d'ajouter des zones des communautés tarifaires (unireso-Mobilis) et des parcours du Service direct en toute flexibilité ou

liberté. L'abonnement modulable remplace l'abonnement Inter, dont les ventes dans la région lémanique, et notamment à Genève, ont toujours connu un grand succès. Une plateforme de vente online appelée « Abo Finder » permettra au client fin 2016 de comparer de manière simple les différentes formules de titres de transport à disposition (entre abonnement communautaire, de parcours, abonnement modulable) grâce à une visualisation de son parcours et des prix des différentes offres.

Ce produit apparaît ainsi comme le titre de transport intermédiaire entre l'abonnement communautaire et l'abonnement général.

L'abonnement modulable sera disponible sur la carte SwissPass dès décembre 2016.

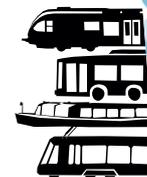
### LE TRAFIC DE LOISIRS DANS LES TRANSPORTS PUBLICS

Au sein des communautés tarifaires, les déplacements motivés par les loisirs gagnent en importance. Même si le travail demeure la motivation principale des trajets réalisés en transports publics, les déplacements pour les loisirs connaissent une hausse intéressante pour les entreprises de transport qui voient ainsi grimper leurs taux d'occupation pendant les heures creuses et le week-end.

L'Union des transports publics (UTP) souhaite accompagner cette tendance et encourage le trafic de loisirs en testant divers produits : développement de billets à prix dégriffés, assortiment destiné aux jeunes, RailAway...

Unireso s'est également adaptée à cette nouvelle opportunité en incluant les loisirs dans sa stratégie en favorisant :

- la mise en place de partenariats combinés (partenariats commerciaux : institutions culturelles, ou touristiques : Geneva Transport Card)
- une stratégie de promotion de la destination
- la mise en place d'offres ponctuelles avec les événements culturels, sportifs ou d'entreprise.







LES DOSSIERS UNIRESO

Les principaux travaux (dossiers et projets) ayant mobilisé les acteurs d'unireso en 2015 ont concerné :

#### LE PROJET DE TARIF MULTIMODAL RÉGIONAL (ETMR)

Un travail important a été lancé en 2013 pour réaliser un tarif unique et facilement compréhensible sur un vaste périmètre géographique au-delà de Genève dans la perspective du Léman Express. L'extension géographique envisagée par rapport au périmètre unireso actuel concerne avant tout le territoire français, dans le Chablais (jusqu'à Évian), dans la vallée de l'Arve (jusqu'à Saint-Gervais), jusqu'à Annecy, et Bellegarde.

Le groupe de travail s'est réuni de nombreuses fois afin de répondre aux mandats émanant des deux comités de direction qui ont eu lieu en 2015.

Parmi les principes de tarification proposés, la solution « zone-parcours-zone » (ZPZ) a été validée. Elle est en effet la plus adaptée à l'offre de transport et à la taille des réseaux environnants. Le déploiement de la distribution prévue sur la période 2015-2018 devra corriger les éventuelles limites des systèmes de distribution actuels de chaque opérateur pour les faire aboutir à la réalisation de la solution ZPZ préconisée.

Le comité de direction a également donné mandat de définir une gamme commune de tarification combinée, de définir les règles de combinaison des tarifs, de rabais accordés, et de répartition des recettes. Ce travail va se poursuivre durant l'année 2016.

Enfin deux solutions de support de carte ont été retenues pour le périmètre ETMR : la carte OÙRA actuellement en service en région Rhône-Alpes, et la carte SwissPass qui se déploie peu à peu à travers toute la Suisse. Il sera exigé des opérateurs de pouvoir contrôler aussi bien l'une que l'autre.

Unireso, en collaboration avec le Groupement local de coopération transfrontalière (GLCT), soutient le projet ETMR et participe activement à son avancée.

#### LA CLÉ DE RÉPARTITION UNIRESO 2015

Le nouveau contrat de prestations 2015-2018 prévoit l'instauration d'une clé de répartition dynamique des recettes et des charges unireso Tout Genève (zone 10). L'État laisse les opérateurs choisir leur mode de répartition dans la mesure où les montants à compenser ne sont pas modifiés.

Une clé provisoire a permis de répartir les acomptes des recettes tout au long de l'année.

La clé définitive déterminée sur la base des comptages voyageurs réalisés du 1<sup>er</sup> octobre 2014 au 30 septembre 2015 est soumise au comité de décision unireso et validée en décembre 2015. Une correction des montants répartis selon la clé provisoire est alors effectuée. Le modèle de répartition utilisé au sein d'unireso est celui communément appliqué en Suisse.

Après analyse des décomptes voyageurs, la clé dynamique définitive 2015 calculée par le groupe d'analyse et de contrôle composé d'un représentant de chaque entreprise de transport concernée est la suivante :

- tpg : 91,88 %
- CFF : 7,53 %
- SMGN : 0,59 %

La clé tient compte à la fois du nombre de voyages effectués, de la distance parcourue par les voyageurs et du type de titre de transport des voyageurs.

Par rapport à la clé de répartition historique en vigueur entre 1988 et 2014, les tpg voient leur quote-part diminuer de 1,91 %, soit une différence de CHF 2 816 589 sur la base des recettes 2015. La part CFF progresse de 1,98 % (+CHF 2 919 815). SMGN perd 0,07 %.

La distance moyenne d'un voyage réalisé sur les lignes tpg est relativement faible et constante depuis de nombreuses années, et correspond à environ 2,3 km. Les CFF, quant à eux, ont vu la distance des voyages effectués sur leurs lignes augmenter de manière constante ces dernières années, d'où un accroissement de leur part relative dans le total de la clé.

Une nouvelle enquête sur la structure de consommation des titres de transport et d'utilisation des transports publics sera effectuée courant 2016. Les habitudes d'achat des clients ont en effet beaucoup évolué avec l'instauration des nouveaux tarifs fin 2014.



## GENÈVE AÉROPORT

Le partenariat entre Genève Aéroport et unireso permet aux voyageurs arrivant à Genève de se procurer gratuitement un billet de 80 min pour voyager sur le périmètre Tout Genève.

Ce service a connu un succès grandissant depuis son instauration en 2008. Or, la rétribution financière pour unireso a été plafonnée dès 2011, une autre partie de l'accord consistant en effet à proposer des espaces publicitaires à unireso en contrepartie dans l'enceinte de l'aéroport.

Avec le nombre croissant des voyageurs transitant par l'aéroport et l'augmentation importante des retraits de billets gratuits aux distributeurs, les partenaires unireso ont souhaité renégocier le financement de l'accord avec pour objectif d'augmenter la recette unitaire qui n'a cessé de diminuer en raison du plafond instauré.

De longues discussions ont eu lieu au cours de l'année en vue d'aboutir à un accord gagnant-gagnant et de garantir son maintien pour les années à venir, pour le bien des clients et de la promotion de Genève comme destination. Au 31 décembre 2015, un accord n'avait pas encore été trouvé. Cependant, les automates distribuant les billets gratuits aux voyageurs sont toujours disponibles pour les passagers arrivant dans le hall de récupération des bagages.

## UNE NOUVELLE FORMULE POUR LE MAGAZINE *OU BIEN ?!*

Après une période de réflexion et six mois après sa dernière parution, *Ou bien ?!*, la publication des abonnés unireso, a été entièrement repensé pour des raisons d'économie notamment. Il paraît à nouveau, à 75 000 exemplaires, au début de l'été sous une toute nouvelle formule. La publication d'une centaine de pages s'est transformée en un journal dépliant de 16 pages paraissant tous les trois mois. L'esprit et le contenu restent toutefois les mêmes, à savoir un journal 100 % Grand Genève et mobile, qui promeut les transports publics dans le périmètre d'unireso et qui donne toutes les informations des opérateurs d'unireso. Différent dans son format, plus pratique, le nouvel *Ou bien ?!* a pour objectifs de promouvoir l'utilisation des transports en commun auprès des non-utilisateurs, mais également de fidéliser les abonnés. Il vise un large public dans la région du Grand Genève. Il se veut gratuit et sans publicités et est distribué à grande échelle. Envoyé deux fois par année aux abonnés, il est également distribué au grand public dans différents lieux genevois fréquentés le jour officiel de sa parution.

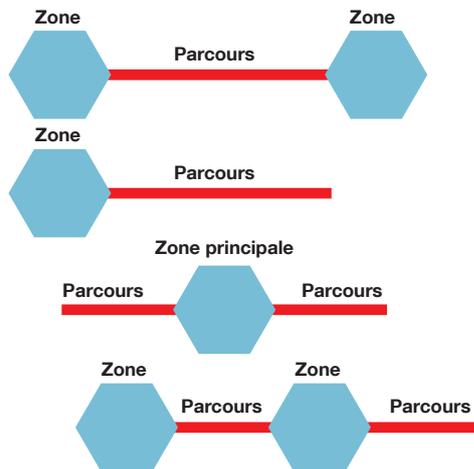


Spécimen d'abonnement modulable

### L'ABONNEMENT MODULABLE

Les communautés unireso et Mobilis, sur la région de Rolle à Genève, ont été retenues comme partenaires pour le lancement pilote de ce nouveau produit national qui remplace l'abonnement Inter pour les personnes faisant régulièrement des allers-retours entre deux régions ou zones urbaines. Les pendulaires travaillant à Genève et qui viennent d'au-delà du périmètre d'unireso sont le public-cible de ce nouvel abonnement.

Cet abonnement se veut plus flexible, plus proche des besoins du client en offrant un large choix de combinaisons zone-parcours, ce qui permet d'espérer des ventes supplémentaires. Des zones de libre circulation intermédiaires peuvent être ajoutées (là où il existe actuellement une offre « City-ticket »).



Le prix correspond au total des abonnements de parcours et communautaires sur lesquels un rabais est accordé. Ce rabais est égal à 10 % pour la partie parcours et à 18 % pour la partie unireso Tout Genève (vs prix public). L'abonnement modulable est ainsi au même prix, voire moins cher, que l'ancien abonnement Inter.

Le lancement national de ce nouveau produit est prévu pour décembre 2016.

### LE TAUX DE CHANGE EN VIGUEUR

En raison de l'évolution du taux de change officiel du franc suisse par rapport à l'euro depuis le début de l'année 2015 et le maintien du taux de change de référence unireso à 1 € = CHF 1,20, les clients font des économies substantielles en payant leur titre de transport avec des euros. Par ailleurs, cette situation provoque également des achats scindés (achat de la zone locale française et de la zone Tout Genève au lieu d'un titre unireso régional 3 zones). Ainsi, le 1<sup>er</sup> juillet 2015, face à cette situation qui ne pouvait plus durer, le nouveau taux de change validé par le comité de décision unireso et les autorités organisatrices françaises est entré en vigueur. Les prix de la grille régionale en euros sont adaptés selon le taux de 1 € = CHF 1,05 et deviennent plus conformes à la réalité.

## LE FINANCEMENT DE GRANDES LIGNES DES CFF

Les titres de transport unireso sont acceptés sur le trafic Grandes lignes des CFF qui est une offre de transport indemnisée par le Canton ou la Confédération par le biais d'un contrat de prestations.

Dès lors, un mécanisme financier doit être défini avec les CFF pour compenser les rabais accordés par l'utilisation du tarif unireso par rapport au tarif national de référence.

La problématique est connue depuis la création d'unireso régional, mais elle a pris une importance croissante car 38 % des voyages X km CFF à Genève se font sur le trafic Grandes lignes, dont 50 % pour la ligne Genève – Coppet (l'autre ligne étant Genève – Genève-Aéroport). De plus, la part des voyages effectués sur ce trafic a progressé de 40 % entre 2012 et 2014 suite à l'amélioration sensible de l'offre avec le nouvel Horaire Romandie. Ainsi, la perte de recettes pour les CFF s'amplifie au fil des ans, surtout dans le contexte genevois de baisse des prix des titres de transport et malgré une clé de répartition plus favorable pour les CFF.

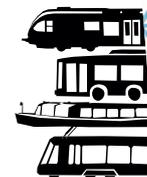
Plusieurs modèles de compensation existent consistant à intégrer dans la clé de répartition communautaire le trafic CFF Grandes Lignes ou alors à le retirer au profit d'un traitement *ad hoc*. Une autre solution pourrait être la détermination d'une clé de répartition spécifique des indemnités versées à unireso qui serait plus favorable aux CFF.

Les opérateurs travaillent à un compromis sur le sujet en collaboration avec le Canton de Genève, mais également avec le Canton de Vaud ; unireso régional est en effet également concerné par la question.

Cette problématique doit être résolue d'ici à 2019 au plus tard, c'est-à-dire pour le futur contrat de prestations unireso et l'arrivée du RER lorsque cette question « Grandes Lignes » aura encore davantage d'importance.

## LE DÉCOUPAGE DE LA ZONE 10 : MANDAT D'ÉTUDE POUR UNIRESO

Le découpage de la zone 10 est une solution envisageable pour la garantie d'un niveau de recettes permettant une couverture des charges à l'horizon ETMR/Léman Express. Pendant l'année 2015, le comité de décision a chargé la cellule unireso de constituer un groupe de travail afin de conduire l'étude sur un possible découpage de la zone 10, dite « Tout Genève ».







VENTES ET PARTENARIATS

En 2015, et pour la première fois depuis six ans, les recettes unireso sont en régression, de -6,3 % par rapport à 2014, après une progression de +1,6 % l'année précédente. En cette première année du contrat de prestations 2015-2018, malgré des résultats décevants, l'objectif de recettes 2015 est toutefois atteint de +0,8 %.

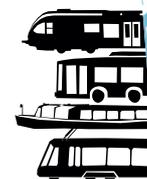
## LES VENTES TOUT GENÈVE

Les recettes unireso 2015 s'élèvent à CHF 147 465 387, soit une baisse de CHF 9 848 867 par rapport à 2014, et une augmentation de CHF 1 111 815 par rapport au budget.

Depuis 2005, l'augmentation constatée est de +31 %, soit une moyenne annuelle de +2,7 %.

RECETTES 2015 vs 2014	Réel 2014	Réel 2015	2015/2014	
Total produits du transport	157 314 254	147 465 387	-9 848 867	-6,3 %

RECETTES 2015 vs budget	Budget 2015	Réel 2015	2015/budget	
Total produits du transport	146 353 572	147 465 387	1 111 815	0,8 %



L'évolution du chiffre d'affaires en 2015 est à relier au contexte d'une baisse importante du tarif Tout Genève fin 2014.

Après l'acceptation par les Genevois, le 18 mai 2014, de l'Initiative 146 portée par l'Avivo « Stop à la hausse des tarifs tpg », la grille tarifaire unireso a subi d'importantes transformations résumées dans le tableau ci-après :

	Tarif 2014	Tarif 2015	
Saut de puce 1/1	2,00	2,00	0,0 %
Saut de puce 1/2	-	1,80	-
Billet Tout Genève 1 heure 1/1	3,50	3,00	-14,3 %
Billet Tout Genève 1 heure 1/2	2,50	2,00	-20,0 %
Billet Tout Genève 1 heure 1 <sup>re</sup> classe 1/1	6,00	5,40	-10,0 %
Billet Tout Genève 1 heure 1 <sup>re</sup> classe 1/2	4,30	3,50	-18,6 %
Carte journalière Tout Genève 1/1	10,60	10,00	-5,7 %
Carte journalière Tout Genève 1/2	7,60	7,30	-3,9 %
Carte journalière Tout Genève 1 <sup>re</sup> classe 1/1	17,50	17,00	-2,9 %
Carte journalière Tout Genève 1 <sup>re</sup> classe 1/2	12,50	12,50	0,0 %
Carte dès 9h Tout Genève 1/1	8,00	8,00	0,0 %
Carte dès 9h Tout Genève 1/2	5,60	5,60	0,0 %
Carte dès 9h Tout Genève 1 <sup>re</sup> classe 1/1	13,20	13,60	3,0 %
Carte dès 9h Tout Genève 1 <sup>re</sup> classe 1/2	9,20	9,60	4,3 %
Abonnement hebdo Tout Genève junior	-	23	-
Abonnement hebdo Tout Genève senior	-	23	-
Abonnement hebdo Tout Genève transmissible	38	38	0,0 %
Abonnement mensuel Tout Genève adulte	70	70	0,0 %
Abonnement mensuel Tout Genève junior	45	45	0,0 %
Abonnement mensuel Tout Genève senior	50	45	-10,0 %
Abonnement mensuel Tout Genève transmissible	110	100	-9,1 %
Abonnement annuel Tout Genève adulte	700	500	-28,6 %
Abonnement annuel Tout Genève junior	450	400	-11,1 %
Abonnement annuel Tout Genève senior	500	400	-20,0 %
Abonnement annuel Tout Genève transmissible	1 100	900	-18,2 %



TOUT GENÈVE [SUITE]

Compte tenu de ces modifications, un plan financier pluriannuel a été élaboré pendant l'année 2014 dans le cadre du nouveau contrat de prestations prenant en considération les profonds changements de comportement d'achats des clients.

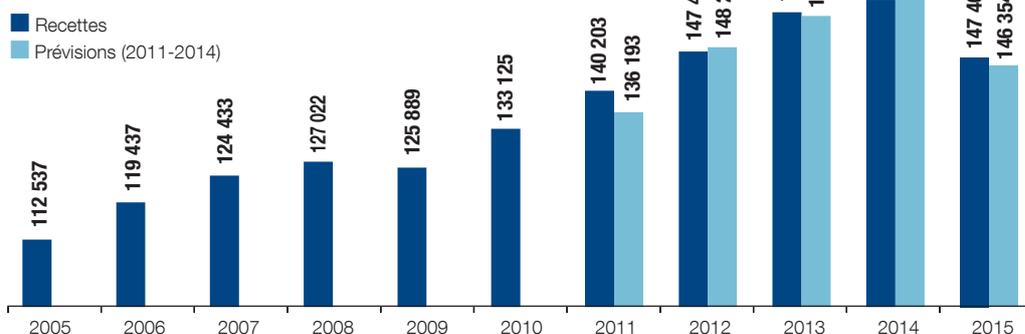
Des transferts étaient attendus principalement de la part des abonnés mensuels, susceptibles de se porter désormais vers les abonnements annuels (le prix d'un abonnement annuel valant qu'un peu plus de 7 fois le prix d'un abonnement mensuel).

En raison de la baisse du prix du billet unitaire, un transfert des clients abonnés mensuels vers les titres occasionnels est également attendu, l'abonnement devenant trop cher.

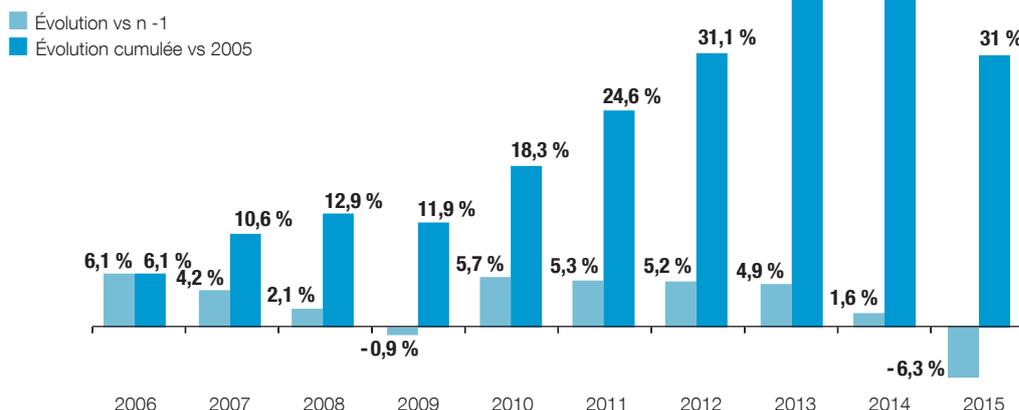
Ce travail de longue haleine a permis de déterminer un budget prévisionnel pour 2015 établi à CHF 146 353 572.

La réalité des ventes observée tout au long de 2015 a permis de confirmer les grands mouvements de clientèle prévus initialement. Tout d'abord un afflux massif dès mi-décembre 2014/janvier 2015 des clients vers les abonnements annuels dont les prix ont fortement baissé. Cette ruée vers les titres annuels (plus du double d'abonnements annuels adultes vendus en janvier 2015 par rapport à janvier 2014, 10 521 contre 5 138) s'est accompagnée d'un net recul des ventes des titres mensuels tout au long de l'année.

CHIFFRE D'AFFAIRES DEPUIS 2005 ET PRÉVISIONS [EN KCHF]



ÉVOLUTION EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES ENTRE 2005 ET 2015



À fin 2015, en plus de cette importante baisse générale du chiffre d'affaires se dissimule une baisse de recettes plus ou moins marquée pour tous les types de titres de transport. Les pertes de recettes induites par la baisse tarifaire n'ont pas été compensées par l'augmentation des ventes de certains titres de transport, résultant du jeu des transferts.

Une analyse fine de ces différents reports et transferts permet de conclure que la baisse des prix de fin décembre n'a pas permis l'acquisition de nouveaux clients, ou de façon très marginale, abstraction faite des clients qu'unireso gagne naturellement au fil des ans. Les principales motivations des nouveaux abonnés annuels ont été enquêtées et sont par ordre d'importance :

- le côté pratique des transports collectifs
- l'évitement des bouchons
- la rapidité des transports collectifs
- le souci d'écologie

Le prix ne vient qu'en huitième position dans l'ordre des motivations de cette nouvelle clientèle d'abonnés annuels.

**Le prix n'est pas un levier pour attirer de nouveaux clients**

À la fin décembre 2015, le chiffre d'affaires d'unireso se situe au même niveau que le chiffre d'affaires de 2012. Les changements dans les achats de titres de transport opérés par nos clients n'ont pas entraîné de changement de comportement dans la fréquentation des transports publics, autrement dit les abonnés annuels ne prennent pas plus souvent les transports publics que les abonnés mensuels.

Ce qui signifie que les transports publics ne gagnent pas en attractivité avec des tarifs moins élevés.

Compte tenu de la compensation des pertes de recettes par le biais des indemnités tarifaires cantonales, les opérateurs sont, à court terme, rassurés par l'évolution de ces résultats.

**LES RECETTES DES BILLETS ET FORAITS JOURNALIERS**

Elles connaissent une diminution de 4,7 % par rapport à 2014 (-CHF 2 445 599), malgré une augmentation des quantités de titres vendus.

En regard du budget, c'est-à-dire avec la prise en compte des anticipations de baisses de recettes, les recettes 2015 des billets et forfaits journaliers diminuent de 1,5 % (-CHF 733 350).

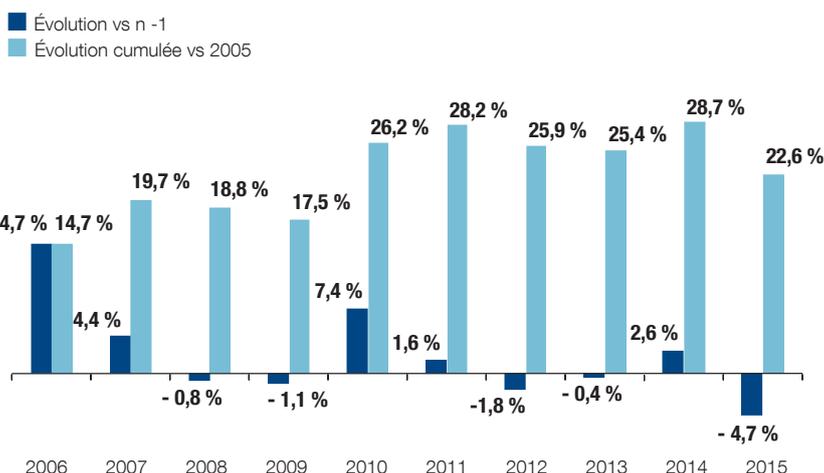
Les titres occasionnels représentent 32,3 % des produits du transport en 2015, contre 31,2 % en 2014.

RECETTES 2015 vs 2014	Réel 2014	Réel 2015	2015/2014	
Billets Tout GE	41 053 658	39 596 221	-1 457 437	-3,6 %
Forfaits journaliers Tout GE	10 652 030	9 663 868	-988 162	-9,3 %
<b>TOTAL Billets et forfaits Tout GE</b>	<b>51 705 688</b>	<b>49 260 089</b>	<b>-2 445 599</b>	<b>-4,7 %</b>

RECETTES 2015 vs budget	Budget 2015	Réel 2015	2015/budget	
Billets Tout GE	38 692 457	39 596 221	903 764	2,3 %
Forfaits journaliers Tout GE	11 300 982	9 663 868	-1 637 114	-16,9 %
<b>TOTAL Billets et forfaits Tout GE</b>	<b>49 993 439</b>	<b>49 260 089</b>	<b>-733 350</b>	<b>-1,5 %</b>

QUANTITÉS 2015 vs 2014	2014	2015	2015/2014	
Sauts de puce 1/1	1 396 168	938 708	-457 460	-32,8 %
Sauts de puce 1/2	10 285	255 121	244 836	2380,5 %
Billets Tout GE 1/1	7 994 396	8 913 032	918 636	11,5 %
Billets Tout GE 1/2	3 882 797	4 846 586	963 789	24,8 %
Forfaits journaliers 1/1	83 609	77 540	-6 069	-7,3 %
Forfaits journaliers 1/2	55 403	35 540	-19 863	-35,9 %
Forfaits dès 9h 1/1	518 062	451 267	-66 795	-12,9 %
Forfaits dès 9h 1/2	358 409	315 463	-42 946	-12,0 %

**ÉVOLUTION DES RECETTES DES BILLETS ET FORAITS JOURNALIERS ENTRE 2005 ET 2015**





TOUT GENÈVE [SUITE]

LES RECETTES DES ABONNEMENTS MENSUELS

Elles sont en chute de 17,6 % par rapport à 2014 (-CHF 8 172 196), pour une baisse des quantités vendues à peu près similaire (-16,4 %). Il s'agit de la plus grande évolution du chiffre d'affaires d'une année sur l'autre pour un type de titres de transport depuis la création de la communauté tarifaire. En fonction de leur niveau de consommation et compte tenu de la baisse des prix d'autres titres de transport, les titres mensuels ont été délaissés en faveur des abonnements annuels ou des billets. Cette

diminution importante des recettes provenant des abonnements mensuels a été anticipée lors de l'élaboration du plan financier pour 2015, avec une prévision de baisse encore plus forte. En regard du budget, les recettes 2015 des abonnements mensuels progressent de 10,7 % (+CHF 3 713 380).

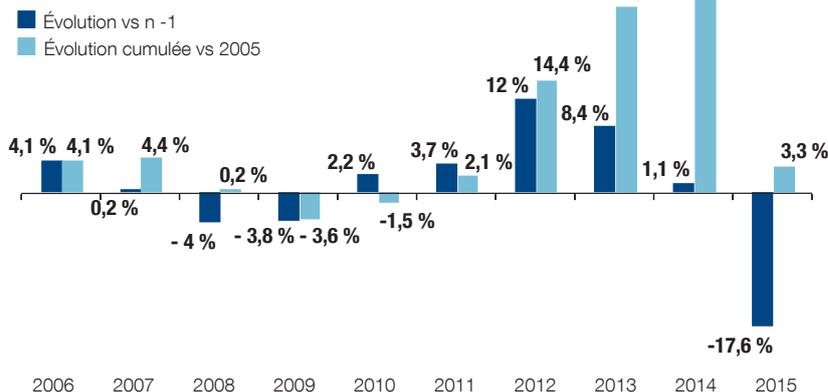
Les titres mensuels représentent 25,1 % des produits du transport en 2015, contre 28,1 % en 2014.

RECETTES 2015 vs 2014	Réel 2014	Réel 2015	2015/2014	
Abonnements mensuels adultes	34 345 557	27 791 372	-6 554 185	-19,1 %
Abonnements mensuels juniors	8 878 545	7 901 730	-976 815	-11,0 %
Abonnements mensuels seniors	2 984 700	2 309 521	-675 179	-22,6 %
Abonnements mensuels transmissibles	330 117	364 100	33 983	10,3 %
<b>TOTAL Abonnements mensuels</b>	<b>46 538 919</b>	<b>38 366 723</b>	<b>-8 172 196</b>	<b>-17,6 %</b>

RECETTES 2015 vs budget	Budget 2015	Réel 2015	2015/budget	
Abonnements mensuels adultes	24 847 363	27 791 372	2 944 009	11,8 %
Abonnements mensuels juniors	7 516 661	7 901 730	385 069	5,1 %
Abonnements mensuels seniors	2 289 319	2 309 521	20 202	0,9 %
Abonnements mensuels transmissibles	0	364 100	364 100	-
<b>TOTAL Abonnements mensuels</b>	<b>34 653 343</b>	<b>38 366 723</b>	<b>3 713 380</b>	<b>10,7 %</b>

QUANTITÉS 2015 vs 2014	2014	2015	2015/2014	
Abonnements mensuels adultes	490 555	396 923	-93 632	-19,1 %
Abonnements mensuels juniors	197 301	175 594	-21 707	-11,0 %
Abonnements mensuels seniors	59 909	51 317	-8 592	-14,3 %
Abonnements mensuels transmissibles	3 009	3 641	632	21,0 %
<b>TOTAL Abonnements mensuels</b>	<b>750 774</b>	<b>627 475</b>	<b>-123 299</b>	<b>-16,4 %</b>

ÉVOLUTION DES RECETTES DES ABONNEMENTS MENSUELS ENTRE 2005 ET 2015



## LES RECETTES DES ABONNEMENTS ANNUELS

Elles diminuent, pour la première fois depuis la création d'unireso, de 4,4 % par rapport à 2014 (-CHF 2 298 869), malgré une progression spectaculaire de 18,3 % des quantités vendues.

Les clients se sont massivement reportés sur les titres dont les prix ont fortement baissé fin 2014, notamment le titre adulte passant de CHF 700 à CHF 500 (les ventes des abonnements adultes ont doublé en janvier 2015 par rapport à janvier 2014, soit juste après l'instauration des nouveaux tarifs).

Ce transfert important de clientèle n'a néanmoins pas pu combler la baisse des recettes induite par le nouveau prix des titres annuels instauré par l'Initiative 146.

Jamais le nombre de clients annuels et la part de clients fidélisés dans le total des recettes n'ont été aussi élevés.

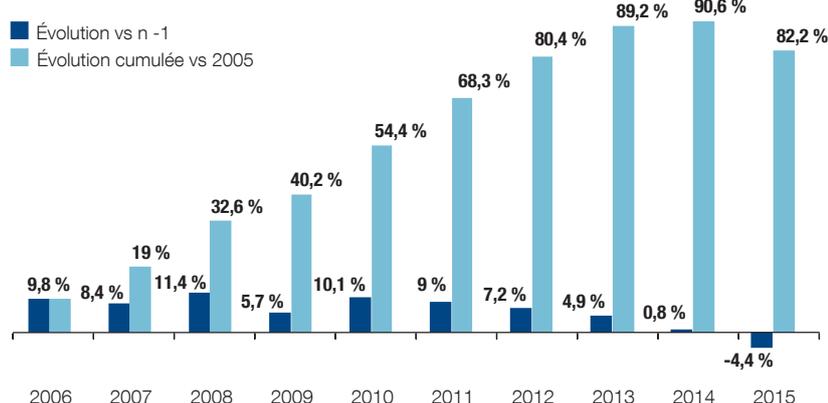
Les titres annuels représentent 32,6 % des produits du transport en 2015, contre 31,4 % en 2014.

RECETTES 2015 vs 2014	Réel 2014	Réel 2015	2015/2014	
Abonnements annuels adultes	30 424 523	28 929 776	-1 494 747	-4,9 %
Abonnements annuels juniors	12 234 708	12 253 485	18 777	0,2 %
Abonnements annuels seniors	9 302 779	8 466 580	-836 199	-9,0 %
Abonnements annuels transmissibles	138 800	152 100	13 300	9,6 %
<b>TOTAL Abonnements annuels</b>	<b>52 100 810</b>	<b>49 801 941</b>	<b>-2 298 869</b>	<b>-4,4 %</b>

RECETTES 2015 vs budget	Budget 2015	Réel 2015	2015/budget	
Abonnements annuels adultes	29 127 664	28 929 776	-197 888	-0,7 %
Abonnements annuels juniors	12 657 456	12 253 485	-403 971	-3,2 %
Abonnements annuels seniors	8 630 688	8 466 580	-164 108	-1,9 %
Abonnements annuels transmissibles	0	152 100	152 100	-
<b>TOTAL Abonnements annuels</b>	<b>50 415 808</b>	<b>49 801 941</b>	<b>-613 867</b>	<b>-1,2 %</b>

QUANTITÉS 2015 vs 2014	2014	2015	2015/2014	
Abonnements annuels adultes	45 696	57 763	12 067	26,4 %
Abonnements annuels juniors	27 327	30 584	3 257	11,9 %
Abonnements annuels seniors	19 170	20 659	1 489	7,8 %
Abonnements annuels transmissibles	132	169	37	28,0 %
<b>TOTAL Abonnements annuels</b>	<b>92 325</b>	<b>109 175</b>	<b>16 850</b>	<b>18,3 %</b>

## ÉVOLUTION DES RECETTES DES ABONNEMENTS ANNUELS ENTRE 2005 ET 2015





TOUT GENÈVE [SUITE]

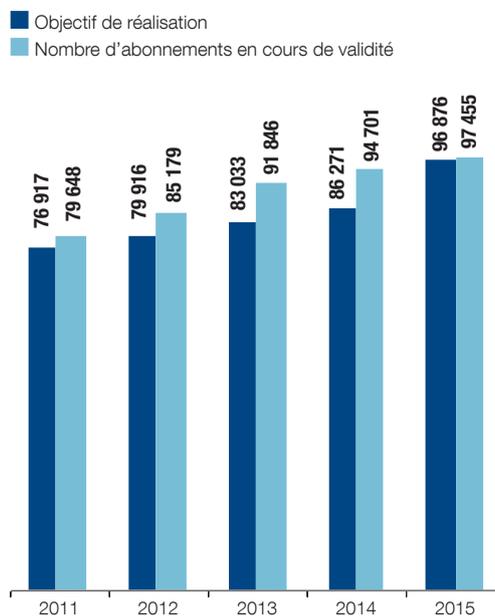
LES ABONNEMENTS EN CIRCULATION

Le contrat de prestations unireso Tout Genève 2015-2018 fixe aux entreprises de transport l'objectif d'atteindre un certain niveau de vente des abonnements mensuels et annuels. Cet indicateur permet de mesurer l'évolution du nombre d'abonnés au fil des ans et donc de s'assurer que l'augmentation de l'offre fidélise un nombre croissant de clients adultes qui représentent la cible principale.

Les mouvements importants des prix fin 2014 ont profondément modifié les évolutions des volumes de vente entre 2014 et 2015 de chacun des types de titres pris isolément. Globalement, entre quantités d'abonnements mensuels en baisse et d'abonnements annuels en hausse, l'évolution entre 2014 et 2015 n'est pas si différente de celle des années précédentes.

L'objectif 2015 de 96 876 abonnements adultes en circulation est atteint de +0,6 % grâce à une progression de 2,9 % des ventes entre 2014 et 2015.

NOMBRE D'ABONNEMENTS TOUT GENÈVE ADULTES EN COURS DE VALIDITÉ ENTRE 2011 ET 2015



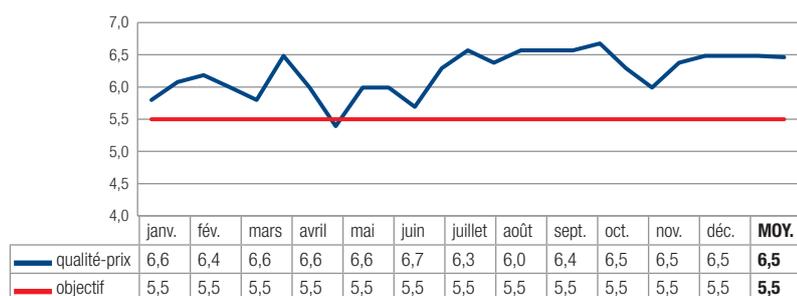
LA SATISFACTION DES CLIENTS DE L'OFFRE TARIFAIRE UNIRESO

Autre élément du contrat de prestations unireso Tout Genève 2015-2018, le suivi de la satisfaction des clients est basé sur les trois critères suivants :

- le rapport qualité-prix
- la connaissance du territoire unireso
- les correspondances

Des enquêtes qualitatives mensuelles réalisées par une société externe mesurent la satisfaction.

Les trois critères soumis à appréciation sont notés de 0 à 10.

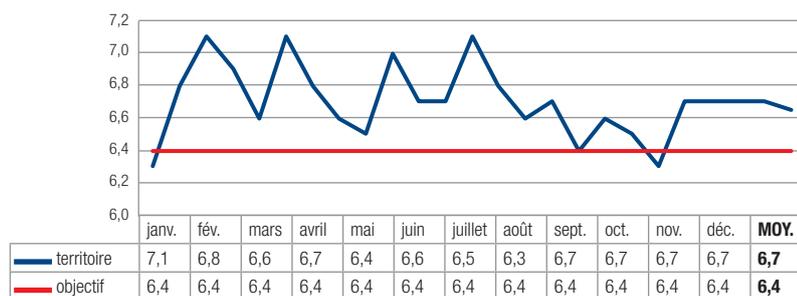


OBJECTIF DE RAPPORT QUALITÉ-PRIX

L'objectif est de 5,5. La note 2015 est de 6,5 contre 6,0 en 2014.

Une amélioration de la note de ce critère est constatée dès décembre 2014, date à laquelle est entrée en vigueur la nouvelle grille tarifaire Tout Genève avec des prix abaissés jusqu'à -28,6 % (pour les abonnements annuels adultes).

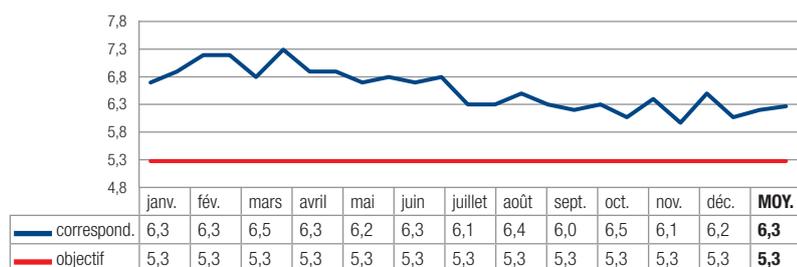
La moyenne de 2015 reste ainsi nettement supérieure à celle de 2014, ce qui est par ailleurs confirmé par l'enquête BEST au niveau du critère « perception du prix » (37 % de personnes satisfaites en 2014 et 54 % en 2015).



OBJECTIF DE CONNAISSANCE DU TERRITOIRE

La question porte sur la connaissance géographique du réseau et du zonage unireso. L'objectif est de 6,4. La note 2015 est quasi conforme à celle de 2014 (6,7 contre 6,8 l'année précédente).

Le zonage unireso a très peu évolué entre 2014 et 2015, seule la zone 88 desservie par la nouvelle ligne U constitue un réel changement.



OBJECTIF LIÉ À LA COMMODITÉ DES CORRESPONDANCES

L'objectif est de 5,3. La note 2015 est de 6,3 contre 6,9 en 2014.

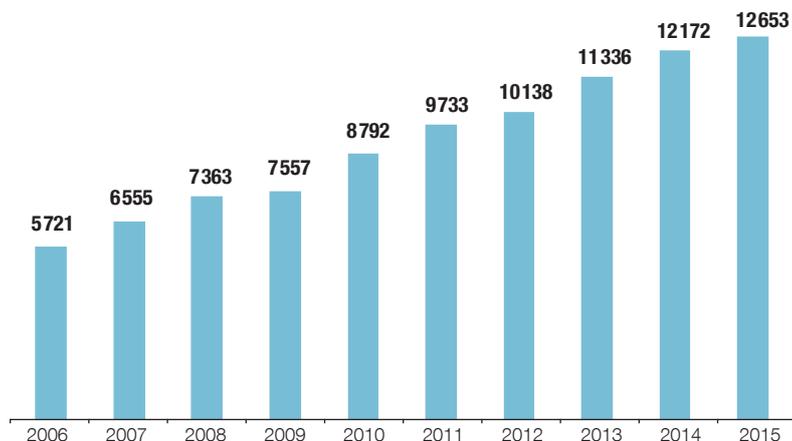
Le critère mesuré est celui de la qualité des correspondances entre les différentes entreprises d'unireso dans le canton de Genève (et non les correspondances au sein d'une même entreprise). Bien que ce critère ait atteint l'objectif, une forte baisse de la note est constatée qui ne s'explique pourtant par aucun changement notable en matière de correspondances interopérateurs.

## LES VENTES RÉGIONALES : TOUJOURS EN PROGRESSION

Contrairement à la zone genevoise où les recettes se sont contractées en 2015 en raison de la baisse des prix des titres de transport, le chiffre d'affaires d'unireso régional progresse de +4,0 % en 2015 à CHF 12 652 806 contre +7,4 % en 2014.

Le taux de croissance annuel depuis 2007 s'élève à +9,2 %.

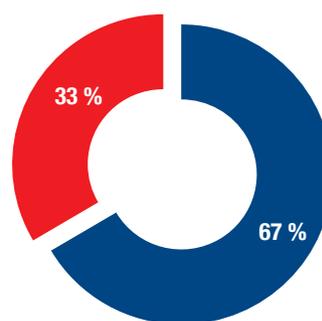
ÉVOLUTION DES RECETTES UNIRESO RÉGIONAL ENTRE 2006 ET 2015, EN MILLIERS DE CHF



Les recettes des titres occasionnels (billets et forfaits journaliers) s'élèvent à CHF 4 235 842, celles des abonnements à CHF 8 416 964.

RÉPARTITION EN % DES VENTES RÉGIONALES EN 2015 ENTRE TITRES OCCASIONNELS ET RÉGULIERS

■ Abonnements  
■ Billets et forfaits journaliers



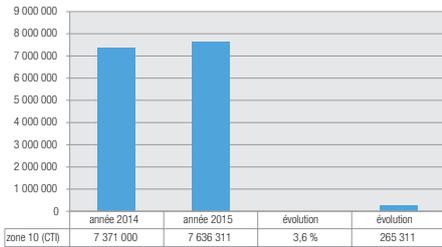
La croissance des recettes est réalisée dans un contexte de non-augmentation tarifaire depuis fin 2012. Le taux de change pour la détermination des prix des titres en euros est quant à lui modifié au 1<sup>er</sup> juillet 2015, passant de 1 € = CHF 1,20 à 1 € = CHF 1,05. Ce changement a pour effet un renchérissement des titres régionaux achetés en euros.

Ex. : le billet 120 min zone 10 + 1 zone régional coûte désormais 4,60 € contre 4,00 € avant juillet 2015 ; l'abonnement mensuel zone 10 + 1 zone régional coûte désormais 92 € contre 81 € avant le passage au nouveau taux de change. Durant le premier semestre 2015, avant le changement du taux de référence unireso, et compte tenu du renforcement du franc, il était devenu intéressant de s'acquitter de ses titres de transport régionaux en euros.

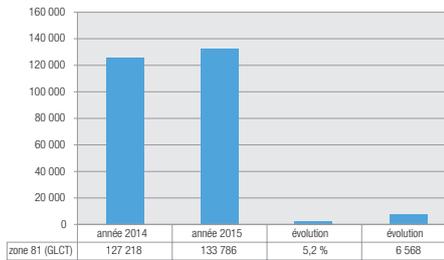
Au niveau des recettes, CHF 7 636 311, soit 60 % du total, sont reversés aux tpg, CFF et Mouettes genevoises au titre des trajets régionaux effectués à l'intérieur du canton de Genève (+3,60 % vs 2014).

RÉPARTITION EN CHF DES VENTES RÉGIONALES POUR LES PRINCIPAUX CORRIDORS

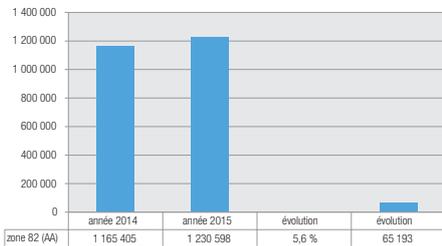
Recettes cumulées zone 10 – 2015/2014, en CHF



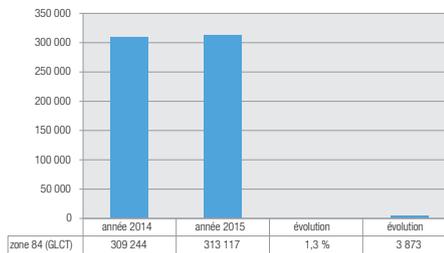
Recettes cumulées zone 81 – 2015/2014, en CHF



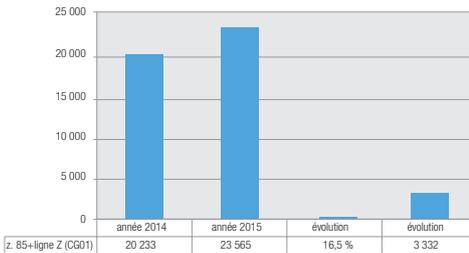
Recettes cumulées zone 82 – 2015/2014, en CHF



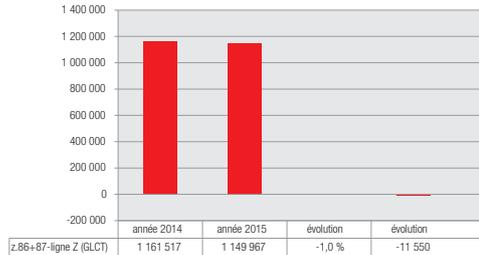
Recettes cumulées zone 84 – 2015/2014, en CHF



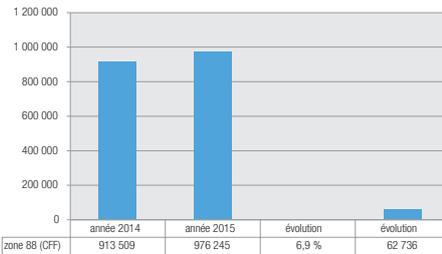
Recettes cumulées zone 85 + ligne Z – 2015/2014, en CHF



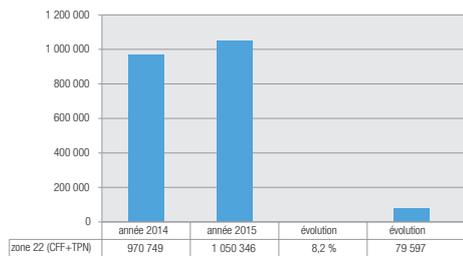
Recettes cumulées zones 86 + 87 – 2015/2014, en CHF



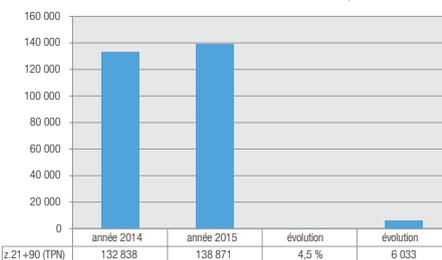
Recettes cumulées zone 88 – 2015/2014, en CHF



Recettes cumulées zone 22 – 2015/2014, en CHF



Recettes cumulées zones 21 + 90 – 2015/2014, en CHF



## LES VENTES DE TITRES COMBINÉS

### CITY-TICKET ET ABONNEMENT INTER

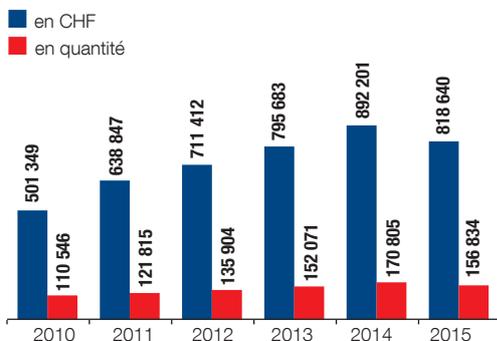
Le City-ticket est un billet combiné permettant de voyager en train, bus, bateau vers une agglomération et de profiter durant toute la journée de la libre circulation à l'intérieur de celle-ci. Un client peut ainsi prendre le train de Nyon jusqu'à Genève où il pourra utiliser les tpg, les CFF et les Mouettes genevoises jusqu'à la fin des services.



Ex. Parcours Nyon-Genève + Zone 10 Tout Genève

Le chiffre d'affaires unireso 2015 des City-tickets correspondant à la libre circulation en zone 10 s'élève à CHF 818 640 pour 156'834 titres vendus, soit une baisse de 8,2 % par rapport à 2014. C'est la première évolution négative constatée d'une année sur l'autre. Le prix de la zone 10 du titre combiné étant trop cher par rapport aux nouveaux prix Tout Genève de l'Initiative 146, les clients ont favorisé l'achat scindé de deux titres de transport.

### ÉVOLUTION DES RECETTES ET DES QUANTITÉS VENDUES DE CITY-TICKETS ENTRE 2010 ET 2015

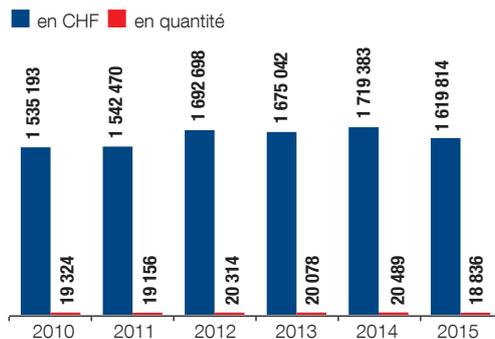


L'abonnement Inter est la déclinaison du City-ticket pour une durée d'un mois ou d'un an. Il offre en outre des rabais par rapport à l'achat séparé de deux abonnements (l'un de parcours + l'autre urbain).

Fin 2015, l'abonnement Inter a été remplacé par l'abonnement modulable. Ce dernier a l'avantage de proposer des zones supplémentaires et des prix parfois meilleur marché que l'abonnement Inter.

Le chiffre d'affaires unireso des abonnements Inter et modulables en 2015 s'élève à CHF 1 619 814 (-5,8 % par rapport à 2014) pour 18 836 titres vendus (-8,1 %).

### ÉVOLUTION DES RECETTES ET DES QUANTITÉS VENDUES D'ABONNEMENTS INTER ENTRE 2010 ET 2015



### NOMBRE D'ABONNEMENTS ANNUELS COMBINÉS VENDUS EN 2015 (ABONNEMENTS INTER ET MODULABLES)



### NOMBRE D'ABONNEMENTS MENSUELS COMBINÉS VENDUS EN 2015 (ABONNEMENTS INTER ET MODULABLES)



## LES PARTENARIATS UNIRESO

### UNIRESO PRO, PARTENARIAT AVEC LES GRANDS-COMPTES

L'Initiative 146 et ses conséquences budgétaires et financières pour unireso ont modifié la relation contractuelle avec les entreprises partenaires. En effet, depuis le 14 décembre 2014, les partenaires Grands-comptes n'ont plus besoin d'obtenir de rabais étant donné que les nouveaux prix publics sont inférieurs aux prix qui leur étaient anciennement accordés.

Après l'Étape 2015, le réseau de partenaires Grands-comptes est composé de 55 clients représentant un volume d'environ 16 500 abonnements.

La suppression du rabais commercial fin 2014 a incité de nombreuses entreprises à rediriger leurs collaborateurs vers les agences pour l'acquisition d'un abonnement qu'elles leur remboursent sur présentation.

### LES ACTIONS PROMOTIONNELLES AU SEIN DES COMMUNES

À côté des actions menées vis-à-vis des entreprises, unireso conclut également des accords avec les communes.

Le recul déjà observé en 2014 se confirme nettement en 2015 avec 8 540 abonnements annuels vendus lors de 12 actions.

Là aussi, l'abandon des rabais octroyés aux nouveaux abonnés suite à l'entrée en vigueur de l'Initiative 146 a fait baisser les ventes de ce canal de 15 % et le nombre de communes partenaires est passé de 42 en 2014 à 7 en 2015.





## GENÈVE AÉROPORT, PARTENAIRE D'UNIRESO DEPUIS 2008

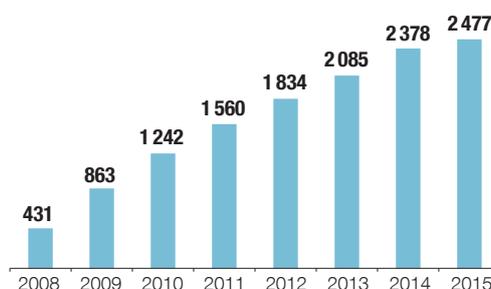
Depuis 2008, le partenariat entre Genève Aéroport et unireso permet aux passagers aériens de bénéficier de la gratuité des transports publics à leur arrivée à Genève.

Le billet valable sur le périmètre unireso Tout Genève pendant 80 min est délivré dans la zone de récupération des bagages auprès de deux distributeurs. Il a permis en 2015 à 904 084 personnes (+36 291 vs 2014) de circuler gratuitement dans tout le canton de Genève. Cette offre est financée par Genève Aéroport.

La progression moyenne annuelle des retraits de billets depuis 2008 s'élève à +28,4 %. Cette évolution s'explique par la hausse du trafic aérien et par la meilleure connaissance du produit par les clients au fil des ans. Un troisième facteur réside dans l'offre de transport public dans le secteur de l'aéroport qui s'est également étoffée durant la période.

Les modalités financières entre les parties se composent d'un montant forfaitaire et d'un ensemble d'espaces publicitaires au sein de l'aéroport. Le choix des espaces se fait d'entente entre les parties qui définissent les supports et la période concernée, sur la base d'une sélection d'espaces disponibles proposée par Genève Aéroport.

NOMBRE DE BILLETS RETIRÉS PAR JOUR



L'augmentation du nombre de billets délivrés entre 2014 et 2015 est de +4,2 %, signe d'un net ralentissement de la hausse continue depuis sept ans.

Ce partenariat satisfait en premier lieu les voyageurs aériens qui ont l'occasion d'utiliser les transports publics à Genève gratuitement sans se soucier du choix du titre de transport. Il renforce également l'image de marque des deux parties tout en permettant à Genève Aéroport de répondre à ses objectifs d'utilisation des transports publics par les voyageurs aériens, et à la communauté tarifaire de confirmer son concept de prise en charge complète des visiteurs pendant toute la durée de leur séjour à Genève.

Enfin, ce partenariat fait le lien avec la « Geneva Transport Card » remise à l'hôtel. Cela s'inscrit dans la politique d'unireso de prendre en charge les voyageurs depuis leur arrivée à Genève jusqu'à leur départ.

Les modalités pour la poursuite de cet accord sont en cours de négociation entre les partenaires.

## LE PARTENARIAT AVEC LA FONDATION POUR LE TOURISME

Les trois opérateurs unireso genevois et la Fondation Genève Tourisme & Congrès ont conclu dès 2007 un accord créant un titre de transport forfaitaire pour les hôtes des lieux d'hébergement du canton.

Ce titre de transport, appelé « Geneva Transport Card » (GTC), a pour objectif de faciliter les déplacements des personnes séjournant à Genève. Il leur offre la gratuité dans les transports publics durant la durée de leur séjour. Ce titre est financé par une partie de la taxe de séjour incluse dans le prix de l'hébergement. Pour chaque nuitée consommée (2 952 659 nuitées ont été enregistrées en 2015), unireso perçoit un montant de rétribution.

Cet accord répond à l'obligation légale fixée dans la loi sur le tourisme.







COMMUNICATION

Dès le 1<sup>er</sup> janvier 2015, les activités de communication d'unireso, auparavant réalisées par les transports publics genevois, en tant qu'entreprise gestionnaire, ont été rattachées à la cellule unireso. Un poste de chargé(e) de communication a été mis au concours pour un emploi à 100 %. La nouvelle chargée de communication a intégré ses fonctions le 1<sup>er</sup> avril 2015. Le premier trimestre de l'année a été marqué par une campagne de communication à propos des nouveaux tarifs introduits en décembre 2014. Puis, ce fut à nouveau une année riche en actions de communication. La nouvelle version du journal d'unireso *Ou Bien ?!*, une édition allégée de 8 volets (16 pages) de l'ancien magazine, a paru en juin, puis en septembre et en décembre. Trois campagnes de publicité et de promotion ont également jalonné l'année. Que ce soient la diffusion d'outils d'information à la clientèle comme le plan du réseau ou les tarifs et la poursuite de partenariats, les activités de communication ont été nombreuses.

## LES ACTIONS 2015

### LES CAMPAGNES DE PUBLICITÉ, D'INFORMATION ET DE PROMOTION

Plusieurs campagnes d'information et de publicité ont été lancées en 2015. Tout d'abord, la campagne de communication et de publicité à grande échelle au sujet de la baisse des tarifs entrée en vigueur suite à l'Initiative 146 en fin d'année 2014 s'est poursuivie en tout début d'année 2015. Elle visait à promouvoir les abonnements annuels et les titres occasionnels Tout Genève, soit l'abonnement annuel Tout Genève à CHF 500 et le billet Tout Genève à CHF 3. De janvier à mars 2015, elle a été déclinée sur plusieurs supports : annonces dans la presse, affichage sur les bus et les trains, flyers, site internet et différents écrans dans les gares et les agences de vente des opérateurs.





◀ Campagne estivale promotion carte journalière dès 9h

### Campagne d'été pour la promotion de la carte journalière régionale dès 9h

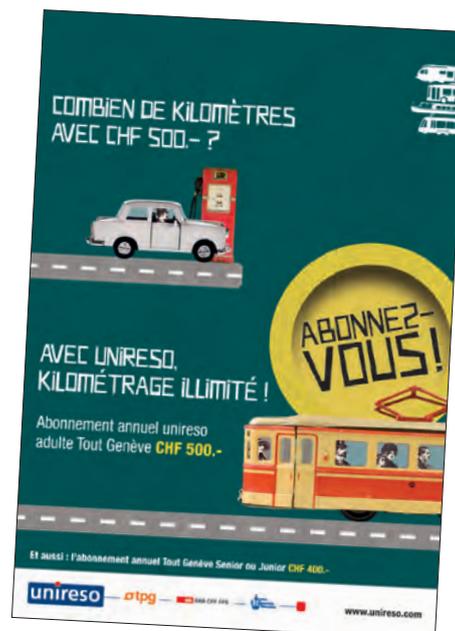
Pour toucher un plus large public et pour promouvoir les produits unireso – en particulier, les titres occasionnels – dans la région, une campagne de publicité et de promotion a été lancée en juin 2015 et s'est terminée à fin août.

Le but de cette campagne était de promouvoir la carte régionale unireso dès 9h et d'inciter les utilisateurs occasionnels ou les non-utilisateurs à avoir recours aux transports en commun pour

leurs déplacements en été dans la région. Une action promotionnelle permettant de voyager à deux pour le prix d'un a été lancée pour l'achat de ce titre de transport. La campagne a été diffusée à grande échelle : annonces radio, campagne d'affichages sur les bus et dans la région ainsi que sur les différents supports des opérateurs unireso.

### La campagne de rentrée – « C'est la rentrée, changez de mobilité ! » – Promotion de l'abonnement annuel Tout Genève

Pour marquer la rentrée scolaire, inciter les abonnés à renouveler leur abonnement, convaincre les non-utilisateurs et les clients occasionnels de s'abonner, une campagne de rentrée a été lancée sous la thématique : « Combien de kilomètres faites-vous avec CHF 500 ? Avec unireso, kilométrage illimité ! ». Le message a été diffusé par divers supports : affiches, écrans dans les stations-service, flyers, flyers tout-ménage distribués dans des localités ciblées, etc.



### LE SITE INTERNET UNIRESO

Une refonte du site internet d'unireso, après un rafraîchissement en 2014, a été mise en œuvre en 2015. Le site sera mis en ligne dans le courant de l'année 2016.

▲ Campagne de rentrée, promotion de l'abonnement annuel Tout Genève



LES ACTIONS 2015 [SUITE]



LES PUBLICATIONS

Les publications de la communauté tarifaire unireso ont pour but d'inciter les non-utilisateurs des transports publics à prendre le bus, le tram, le bateau ou le train tout en les invitant à découvrir la région et ses bons plans.

*Le nouveau journal Ou bien ?!*

Pour des raisons budgétaires, de praticité et de périodicité, il a été décidé, fin 2014, de revoir la conception du magazine *Ou bien ?!*. Ainsi, une nouvelle formule moins coûteuse et permettant une information plus régulière a été imaginée proposant un dépliant de 8 volets et de 16 pages. Paraissant quatre fois par année, il informe le public des actualités des opérateurs de transport public d'unireso et fait découvrir la région genevoise avec ses bonnes adresses et ses conseils.

L'idée du journal, fidèle à l'esprit du magazine, est toujours de promouvoir l'utilisation des transports en commun en s'adressant aux abonnés, aux utilisateurs occasionnels et au public en général pour leur faire découvrir le périmètre d'unireso. *Ou bien ?!* est envoyé aux abonnés annuels unireso deux fois par année, distribué en gare de Cornavin à Genève et en ville le jour de son lancement et est également disponible dans les agences qui revendent les titres de transports de la communauté tarifaire.

En 2015, trois éditions du journal *Ou bien ?!* ont paru : en juin, en septembre et en décembre.

*Ou bien ?!* n°7, première édition de la nouvelle formule – Juin 2015

C'est avec le printemps qu'est arrivée la nouvelle formule du journal d'unireso *Ou bien ?!*. Ainsi, pour marquer le changement

et informer les lecteurs, un événement, un concours et une action promotionnelle ont été organisés avant et le jour du lancement du journal, soit le 10 juin 2015.

La Radio One FM a en effet délocalisé son studio dans le hall historique de la gare de Cornavin à Genève : concours et interviews ont marqué une matinée riche en rencontres et en émotions.



À l'honneur dans cette édition : Meyrin et le Forum de Meyrin, les actualités des opérateurs d'unireso et toutes les bonnes adresses pour savourer et profiter de Genève et alentours en été.

Cette première édition a été imprimée à 75 000 exemplaires.

*Ou bien ?!* n°8 – Automne 2015



Le numéro 8 du journal *Ou bien ?!* paru en automne 2015 était consacré à la région genevoise et à son terroir... et bien entendu à sa découverte en transports en commun et surtout en utilisant les divers modes de

transport proposés par unireso : le train, le bateau, le téléphérique, le bus et le tram, en se promenant du Salève au vignoble genevois en passant par la région de Terre Sainte.

Tirage : 45 000 exemplaires

*Ou bien ?!* n°9 – Hiver 2015

Le dernier numéro de l'année du journal d'unireso était consacré comme chaque année aux informations des partenaires d'unireso liées à l'étape de décembre : changements d'horaire, nouvelles lignes, etc. Une interview des acteurs et des décideurs de la mobilité à Genève et alentours a permis de faire le point sur l'urbanisme et la mobilité dans le canton. Bien entendu, *Ou bien ?!* n°9 révélait également toutes les bonnes adresses pour passer un agréable hiver et de belles fêtes de fin d'année.

La neuvième et dernière édition d'*Ou bien ?!* pour l'année 2015 a également été envoyée aux abonnés unireso et a été tirée à 75 000 exemplaires.

## LES PARTENARIATS

### Aéroport international de Genève

Dans le cadre de l'accord de partenariat conclu avec l'Aéroport international de Genève, unireso a poursuivi ses actions pour promouvoir l'utilisation des transports publics auprès des voyageurs transitant ou arrivant à l'aéroport. Différents supports ont été choisis à cet effet :

- Les deux bus du tarmac personnalisés aux couleurs du « Renard sur la lune » en 2013 ont continué à accueillir et à transporter les voyageurs.
- Les chariots à bagages dotés du visuel unireso du « Renard sur la lune », qui rappelle le billet gratuit pour les transports publics dans la zone Tout Genève pendant 80 min, sont à la disposition des voyageurs dans le hall d'arrivée des bagages.

### La Geneva Transport Card

Née d'une convention entre unireso et la Fondation Genève Tourisme & Congrès, la Geneva Transport Card permet aux touristes séjournant dans un établissement d'hébergement à Genève de bénéficier d'une carte de libre circulation sur le réseau Tout Genève pendant la durée de leur séjour.

En 2015, 1 800 000 cartes ont été produites pour un peu moins de 3 000 000 de nuitées.



### Le partenariat avec la Fondation des parkings – Participation aux Automnales 2015

Dans le cadre du partenariat avec la Fondation des parkings, pour le P+R notamment, unireso a été invitée à être présente sur le stand de la Fondation des parkings aux Automnales en novembre 2015. Hormis un échange de visibilité sur différents supports, la communauté tarifaire y a participé activement en organisant une table ronde sur le stand sur le thème de la mobilité. Cette table ronde a rencontré un vif succès.

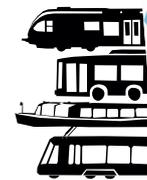


### Les partenariats culturels

Les partenariats qu'unireso a engagés avec l'Orchestre de Chambre de Genève, le Grand Théâtre de Genève et le Théâtre de Carouge lui tiennent à cœur et se sont poursuivis en 2015.

### Le rapport de gestion 2014 et plaquette de présentation

Comme chaque année, unireso produit un rapport de gestion qui informe les partenaires et le grand public des activités, des comptes et du bilan pour l'année précédente de la communauté tarifaire. En 2015, la publication du rapport de gestion 2014 a été accompagnée d'un dépliant donnant une définition précise d'unireso et du concept de communauté tarifaire.



## LES DÉPENSES EN 2015

## UNIRESO RÉGIONAL

TTC (en CHF)

**Promotion et publicité unireso régional**

Campagne Carte Journalière régionale dès 9h été	21 169
---	--------

## UNIRESO TOUT GENÈVE

**Partenariats**

Partenariats unireso	967
Salon de l'automobile	2 263
Partenariat avec l'Orchestre de Chambre de Genève	13 082
Partenariat avec le Théâtre de Carouge	3 710
Partenariat pour la saison avec le Grand Théâtre	-6 311
Cartes de libre circulation	844
Partenariat avec la Fondation des parkings	20 085

**Campagnes publicitaires**

Promotion unireso	74 902
Campagne abonnement annuel – début d'année 2015	73 295
Campagne abonnement annuel Tout Genève – rentrée	23 456
Genève Tourisme GTC	1 006

**Publications**

Nouveau journal <i>Ou bien ?!</i> en 2015 (3 parutions) + reliquat magazine 2014	246 829
--	---------

**Informations Clients**

Tarifs	13 275
Plan de réseau	19 591

**Communication institutionnelle**

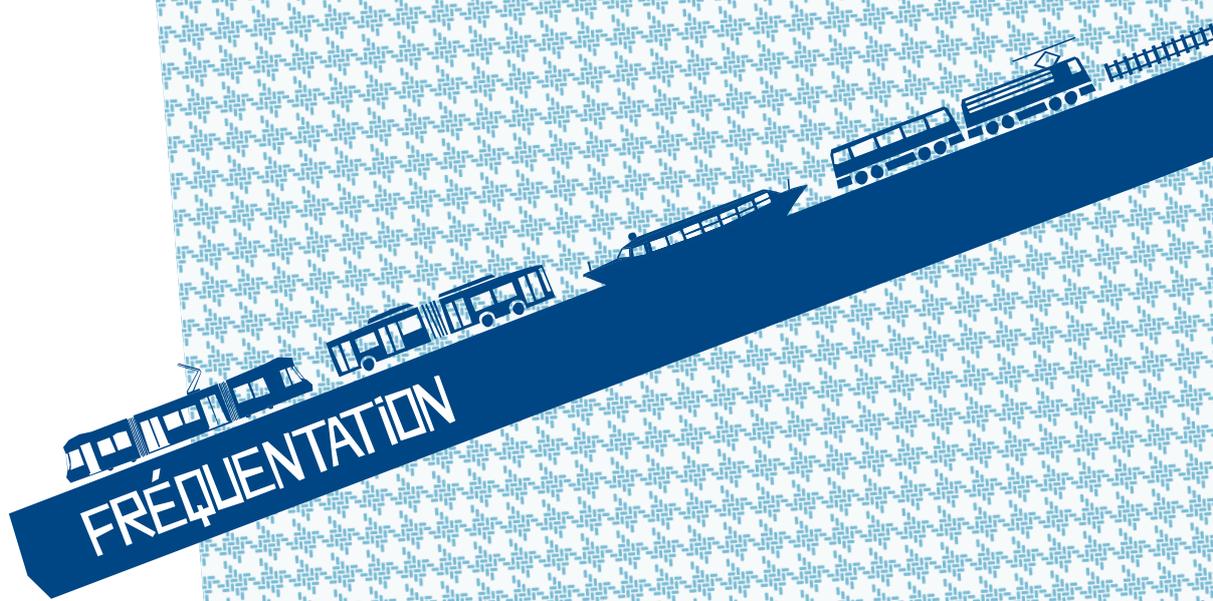
Rapport de gestion unireso	3 544
Cartes de vœux	7 541

<b>Total unireso Tout Genève</b>	<b>498 079</b>
----------------------------------	----------------

<b>Total unireso</b>	<b>519 248</b>
----------------------	----------------







FRÉQUENTATION

## FRÉQUENTATION / OFFRE DE TRANSPORT

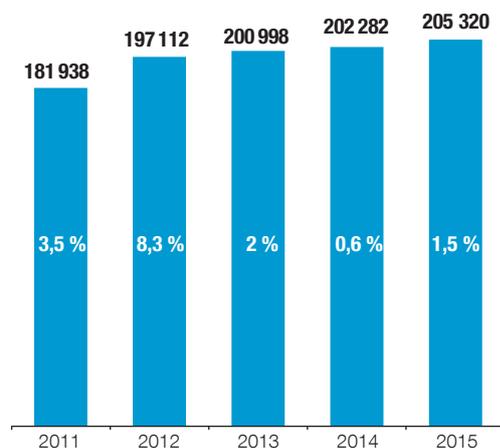
## LA FRÉQUENTATION DES LIGNES À GENÈVE

Plus de 205 millions de voyages sont recensés en 2015 sur les lignes des trois partenaires du Tout Genève, soit une progression de +1,5 % par rapport à 2014.

## NOMBRE DE VOYAGES ET DE VOYAGES X KILOMÈTRES EN 2015

	2013		2014			2015			Évolution 2015/2014	Évolution voyages X km 2015/2014
	voyages/ jour	voyages/ an	voyages/ jour	voyages/ an	voyages X km/an	voyages/ jour	voyages/ an	voyages X km/an		
<b>CFF</b> Coppet – Lancy-Pont-Rouge	6 663	2 431 967	8 809	3 215 291	21 934 922	8 523	3 110 774	21 272 313	-3,3 %	-3,0 %
La Plaine – Genève	4 028	1 470 370	4 174	1 523 427	14 583 347	4 631	1 690 296	16 176 156	11,0 %	10,9 %
<b>Total trafic régional CFF</b>	<b>10 691</b>	<b>3 902 337</b>	<b>12 983</b>	<b>4 738 718</b>	<b>36 518 269</b>	<b>13 154</b>	<b>4 801 070</b>	<b>37 448 469</b>	<b>1,3 %</b>	<b>2,5 %</b>
<b>SMGN</b> M1 Rade	1 455	531 184	1 290	470 835	386 085	1 300	474 411	389 017	0,8 %	0,8 %
M2 Molard	1 403	512 142	1 313	479 217	349 828	1 279	466 681	340 677	-2,6 %	-2,6 %
M3 Port Noir	432	157 707	462	168 673	269 877	447	162 985	260 776	-3,4 %	-3,4 %
M4 De Chateaubriand	472	172 324	501	182 976	292 762	494	180 462	288 739	-1,4 %	-1,4 %
<b>Total Mouettes</b>	<b>3 763</b>	<b>1 373 357</b>	<b>3 566</b>	<b>1 301 701</b>	<b>1 298 552</b>	<b>3 519</b>	<b>1 284 539</b>	<b>1 279 209</b>	<b>-1,3 %</b>	<b>-1,5 %</b>
<b>tpg</b> Tram	231 023	84 323 509	230 118	83 993 252	184 576 335	229 106	83 623 837	186 101 033	-0,4 %	0,8 %
Trolley	100 245	36 589 516	99 229	36 218 637	74 085 286	102 346	37 356 167	76 786 544	3,1 %	3,6 %
Bus	204 958	74 809 551	208 300	76 029 555	216 519 094	214 395	78 254 287	224 555 496	2,9 %	3,7 %
<b>Total tpg</b>	<b>536 226</b>	<b>195 722 576</b>	<b>537 648</b>	<b>196 241 444</b>	<b>475 180 715</b>	<b>545 847</b>	<b>199 234 291</b>	<b>487 443 073</b>	<b>1,5 %</b>	<b>2,6 %</b>
<b>Total unireso</b>	<b>550 680</b>	<b>200 998 270</b>	<b>554 197</b>	<b>202 281 863</b>	<b>512 997 536</b>	<b>562 520</b>	<b>205 319 900</b>	<b>526 170 751</b>	<b>1,5 %</b>	<b>2,6 %</b>

tpg : services spéciaux non compris, services régionaux et réseau nocturne compris  
CFF : chiffres 2014 estimés pour juillet et août en raison de la fermeture de la ligne Genève-La Plaine

NOMBRE DE VOYAGEURS (EN MILLIERS)  
ET ÉVOLUTION EN % VS N-1

## SMGN

Pour la quatrième année consécutive, la SMGN voit sa fréquentation globale reculer en 2015 (-1,3 %), soit une perte d'environ 14 000 voyages. Seule la ligne M1 (Molard-Pâquis) est en progression (+3 576 clients, +0,8 %).

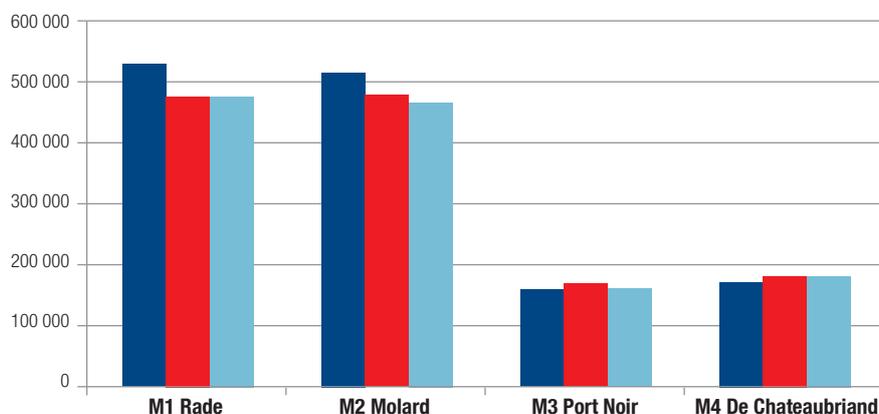
Les données utilisées proviennent du système de comptage habituel dans la mesure où les données issues du nouveau système doivent être pondérées selon des sondages de

fréquentation qui seront réalisés courant 2016. Les passagers apprécient les extensions d'horaires en soirée, durant la période d'été, mises en place en 2011.

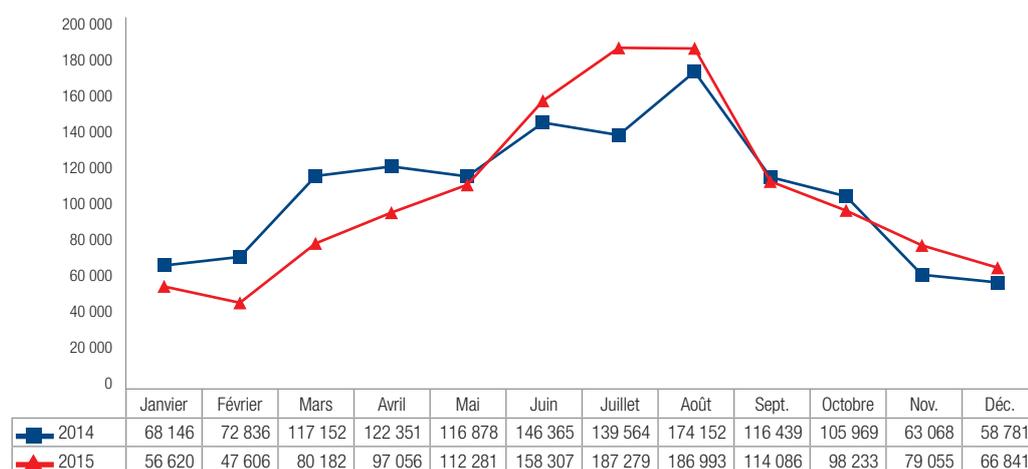
La belle météo de l'été (contrairement à l'été 2014) a permis d'attirer davantage de clients que d'ordinaire. Cette hausse est venue amortir le déficit de fréquentation observé durant les quatre premiers mois de l'année.

## NOMBRE DE VOYAGES PAR AN AUX MOUETTES GENEVOISES (-1,3 % ENTRE 2014 ET 2015)

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



## FRÉQUENTATION DES MOUETTES GENEVOISES EN 2014 ET 2015 (EN MILLIERS DE VOYAGES/MOIS)



## CFF

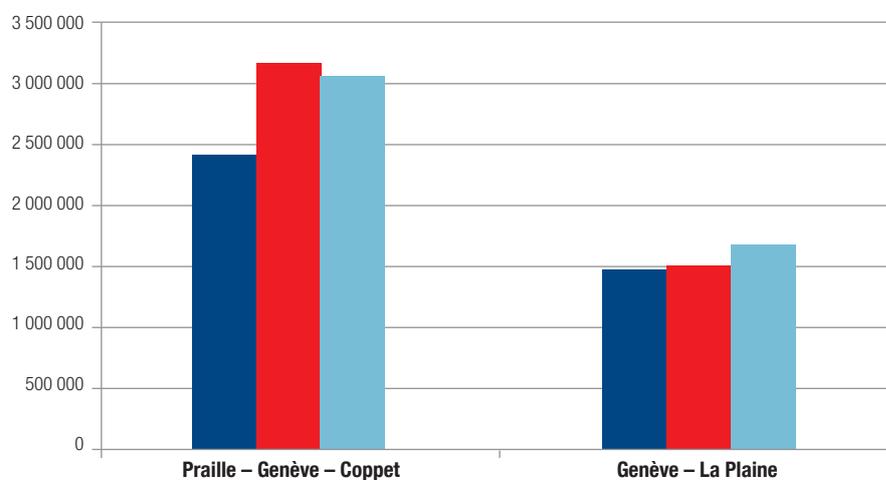
Aux CFF, la fréquentation est en diminution sur la ligne Coppet – Genève – Lancy-Pont-Rouge du fait de l'augmentation des intervalles travaux sur la ligne ayant pour conséquence la suppression de l'offre ferroviaire. Ces intervalles travaux ont nécessité des interruptions du trafic durant plusieurs jours avec un report de la clientèle sur une offre de substitution bus ainsi que sur la ligne 15 du réseau tpg.

Dans les deux cas, la demande n'a pas pu être comptabilisée ce qui biaise légèrement la comparaison pluriannuelle. Quant à la ligne Genève – La Plaine, elle continue de profiter d'un certain dynamisme avec une progression de la demande. Le développement urbain au niveau des communes desservies par le train continue de porter ses effets et explique en grande partie cette progression.

---

**NOMBRE DE VOYAGES PAR AN AUX CFF (+1.3 % ENTRE 2014 ET 2015)**

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



## TPG

La fréquentation du tram est globalement stable avec -0,4 % sur les voyages et +0,8 % sur les VKM. Le prolongement de la ligne 18 a logiquement diminué la demande et la consommation des autres lignes de tramways par l'opportunité des nouvelles origines/destinations que permet cette extension sur Carouge. En effet, un trajet Gare Cornavin – Plainpalais est désormais possible via les lignes 15 ou 18. Une des autres conséquences est que les déplacements sur l'axe carougeois ne sont plus le monopole de la ligne 12. Du point de vue des voyages, le tramway subit une légère baisse car les transbordements sont moins nombreux. Par exemple, un client qui effectuait un trajet 14+12 (changement à Bel-Air) peut le faire directement avec la ligne 18 depuis fin juin 2014. Ainsi les VKM ne baissent pas et connaissent même

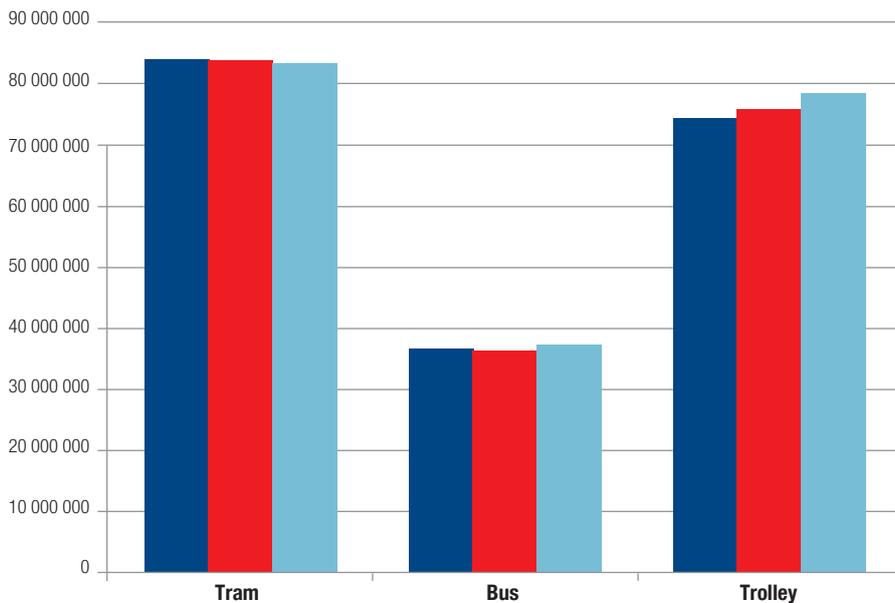
une augmentation en raison d'une faible mais nouvelle part de clientèle.

Le trolleybus obtient de bons résultats avec une progression de plus de 3 % aussi bien sur les VKM que sur les voyages. Ce mode électrique bénéficie d'un meilleur attrait depuis la mise en service des véhicules Exquicity à l'esthétique moderne.

À l'échelle des lignes, la légère baisse des voyageurs observée après le premier trimestre sur la ligne 10 confirme la diminution relative des voyages d'opportunité dans les rues basses suite à la petite étape d'avril 2015. Cependant les VKM suivent la croissance générale du trolleybus. La plus faible progression de la ligne 3 reste principalement due à la concurrence directe de la ligne 18 entre Servette et Place de Neuve.

## NOMBRE DE VOYAGES PAR AN AUX TPG (+1.5 % ENTRE 2014 ET 2015)

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



## L'ENQUÊTE BEST : UN BENCHMARK EUROPÉEN DES TRANSPORTS PUBLICS

Depuis 2002, le Canton de Genève commande l'étude BEST (Benchmark in European Service of public Transport) dans laquelle sont comparés différents réseaux de transport public européens. La satisfaction des clients est mesurée selon divers critères tels que le prix, l'offre de transport, le confort, le comportement du personnel des transports, etc.

D'année en année, des critères identiques sont évalués et permettent une comparaison sur le long terme, avec les mêmes villes européennes.

En 2015, Genève participe à BEST aux côtés des villes suivantes : Helsinki, Stockholm, Copenhague, Oslo et Bergen.

L'enquête a été réalisée du 7 au 24 avril 2015 auprès d'un échantillon de 1 108 personnes contactées par téléphone, dont 1 000 à Genève et, pour la première fois dans le périmètre de la zone 84 d'unireso régional (108 à Saint-Julien-en-Genevois).

Une pondération selon le sexe et l'âge est opérée afin de correspondre au profil des habitants de chaque région.

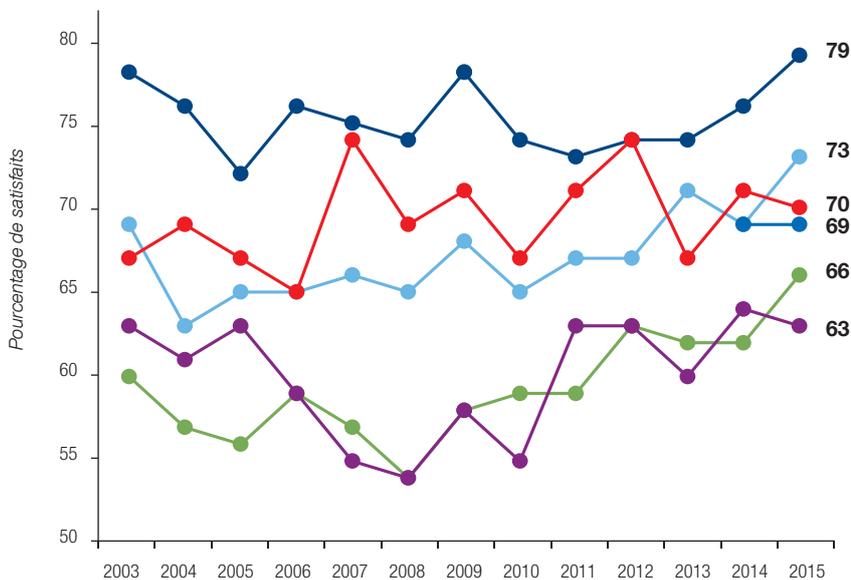
Les critères mesurés sont les suivants :

- comportement du personnel
- information
- confort
- image sociétale des transports publics
- offre de prestation
- perception du prix
- sécurité
- fidélité aux transports publics
- fiabilité des transports publics
- satisfaction générale

Parmi les villes étudiées, Genève est première dans les domaines suivants :

- comportement du personnel
- information
- perception du prix
- satisfaction générale

**GENÈVE**  
**1<sup>RE</sup>**



### COMPORTEMENT DU PERSONNEL

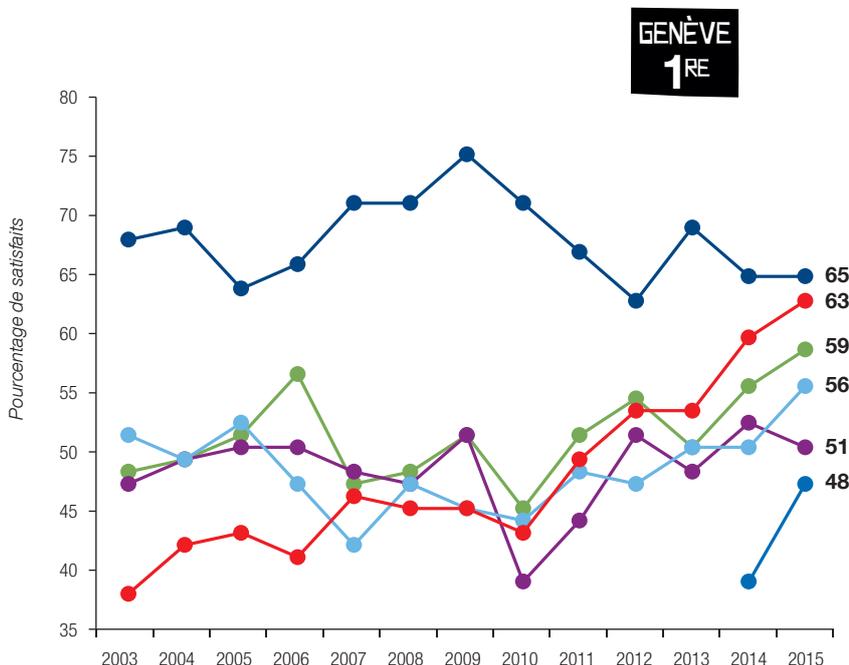
Les interviewés se sont exprimés par rapport aux deux questions suivantes :

- « le personnel répond-il à mes questions correctement ? »
- « le personnel se comporte-t-il correctement ? »

Genève conforte nettement sa première place jamais délaissée depuis 2002 en obtenant sa meilleure note depuis quatorze ans. Elle est la ville recueillant globalement le plus d'avis favorables (79 %) et le moins d'avis défavorables (6 %) pour les deux questions posées.

Le degré de satisfaction augmente avec l'âge des personnes et avec la fréquence d'utilisation.

- Genève
- Helsinki
- Stockholm
- Copenhague
- Oslo
- Bergen



**INFORMATION**

Longtemps largement en tête du classement, Genève voit les autres villes progresser au fil des ans en termes de taux de satisfaction (65 % contre 63 % pour Oslo). Concernant les retours négatifs des personnes interrogées, Genève conserve une avance non négligeable sur ses concurrents (13 % contre 23 % pour Helsinki).

Les utilisateurs réguliers sont ceux louant le plus la qualité de l'information à Genève.

Le critère le plus apprécié des clients est la pertinence de l'information aux arrêts (opinions positives 67 %, négatives 12 %).

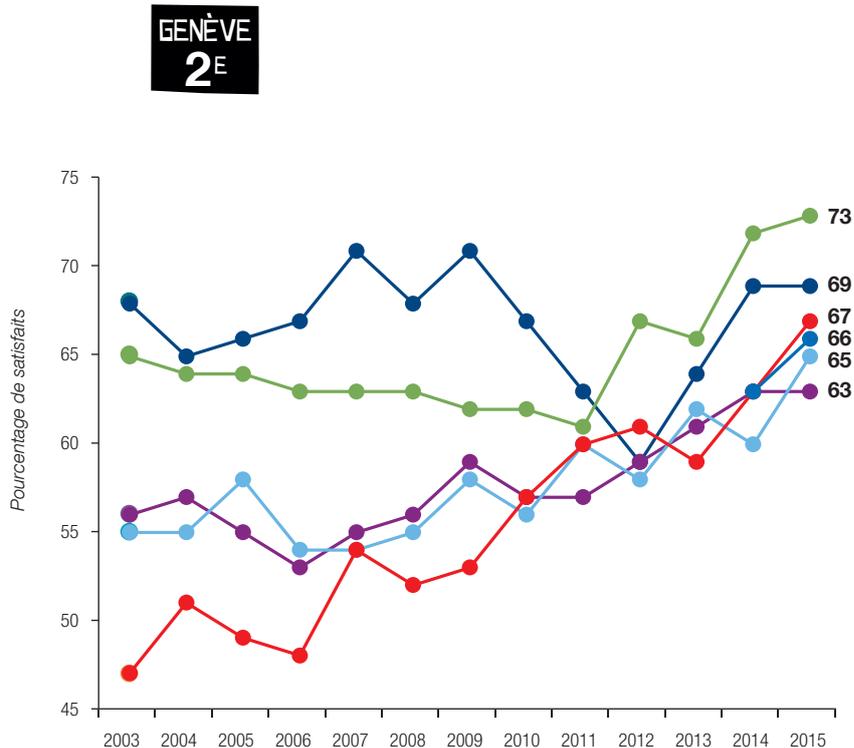
Néanmoins, bien qu'étant la meilleure parmi les villes étudiées, Genève dispose d'une marge de progression concernant l'information en situation perturbée (opinions positives 51 %, négatives 18 %).

**CONFORT**

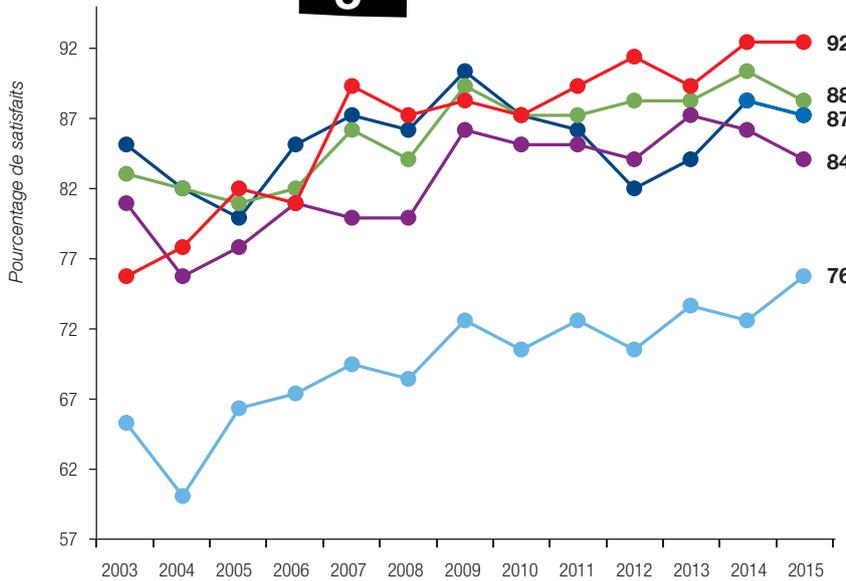
Avec 69 % de personnes satisfaites et 9 % d'insatisfaites (plus faible niveau de toutes les villes étudiées), Genève conserve sa deuxième place du classement.

La modernité des véhicules (bus, trams, trains) est relevée par 83 % des interviewés.

Genève récolte néanmoins depuis plusieurs années la plus mauvaise note pour la disponibilité des places à l'intérieur des véhicules (47 % de satisfaits seulement). Cependant ce critère n'est pas perçu comme important pour la clientèle.



**GENÈVE**  
**3<sup>E</sup>**



**IMAGE SOCIÉTALE  
DES TRANSPORTS PUBLICS**

- Trois questions sont posées :
- « Les transports publics sont-ils bons pour l'environnement ? »
  - « À l'avenir, davantage de personnes emprunteront-elles les transports publics ? »
  - « Les transports publics sont-ils bénéfiques à la société ? »

Avec globalement 87 % d'opinions favorables, Genève se classe troisième mais recueille le moins d'opinions défavorables (seulement 3 %).

97 % des personnes interrogées estiment que les transports publics sont bénéfiques à la société.

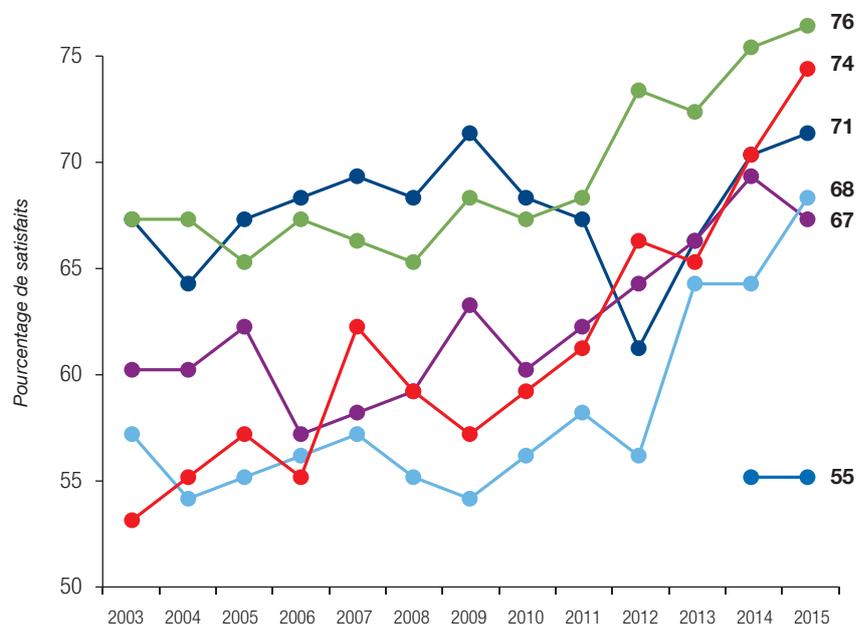
**OFFRE DE PRESTATION**

Genève recueille 71 % d'opinions favorables, soit son meilleur niveau de satisfaction jamais enregistré. Elle recueille également 12 % d'opinions défavorables, soit le plus bas niveau des six villes étudiées.

Par ordre d'importance, les Genevois plébiscitent la facilité pour circuler dans le centre-ville avec les transports publics (à 93 %) et la proximité des arrêts (à 92 %).

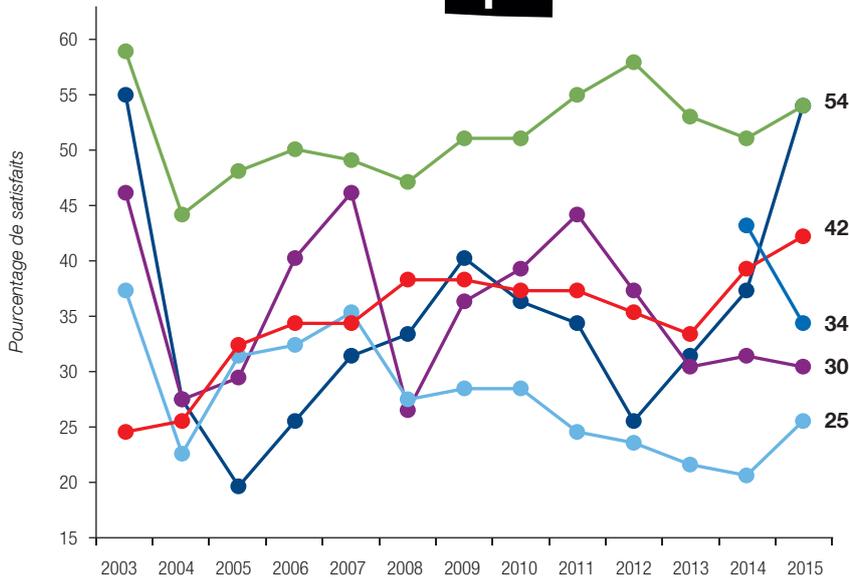
Au contraire seuls 44 % (-6 % vs 2014) considèrent qu'il est facile de se rendre en dehors du centre-ville.

**GENÈVE**  
**3<sup>E</sup>**



- Genève
- Helsinki
- Stockholm
- Copenhague
- Oslo
- Bergen

**GENÈVE  
1<sup>RE</sup>**



**PERCEPTION DU PRIX**

Il s'agit du critère ayant évolué le plus entre 2014 et 2015, et de manière positive compte tenu des nouveaux prix instaurés en décembre 2014.

Alors que Genève était encore en dernière position du classement en 2007, la voici à la première place aux côtés d'Helsinki avec 54 % de personnes satisfaites dans un thème où les bonnes notes se font généralement rares.

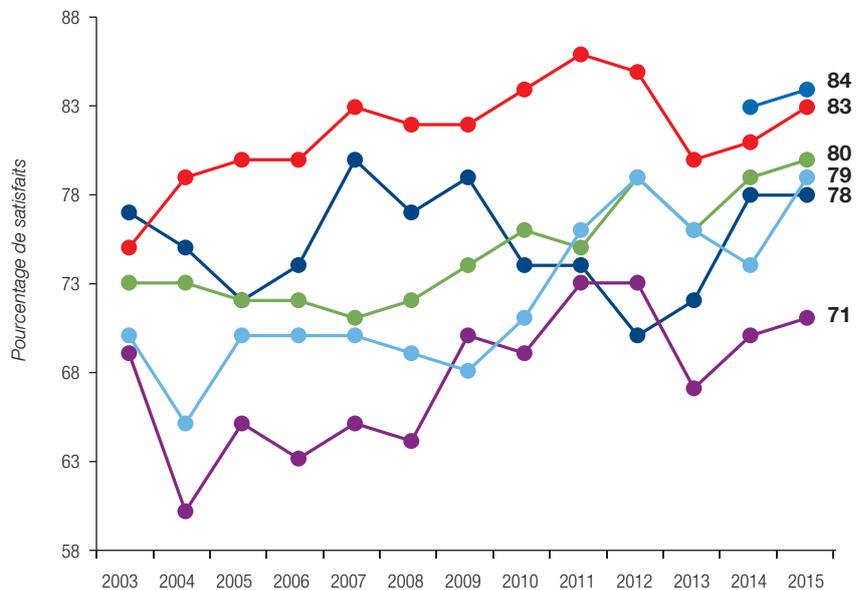
Le niveau de satisfaction de ce critère est directement lié aux adaptations tarifaires mais également à la tarification applicable aux personnes interrogées (Tout Genève ou régionale). Les habitants de Saint-Julien se montrent en effet plus critiques sur les prix en vigueur (55 % de satisfaits à Genève, 43 % à Saint-Julien).

**SÉCURITÉ**

Malgré un sentiment de sécurité plutôt partagé par les personnes interviewées (à 78 % contre 6 %), Genève n'est que cinquième sur les six villes.

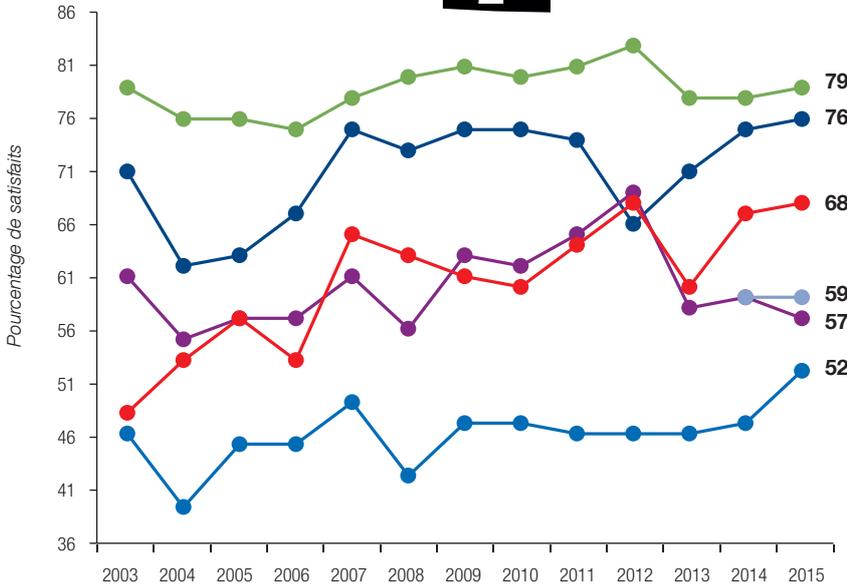
Le sentiment de sécurité aux arrêts et stations progresse de 4 points à 68 %, soit la meilleure note depuis huit ans.

**GENÈVE  
5<sup>E</sup>**



- Genève
- Helsinki
- Stockholm
- Copenhague
- Oslo
- Bergen

**GENÈVE**  
**2<sup>E</sup>**



**FIDÉLITÉ**  
**AUX TRANSPORTS PUBLICS**

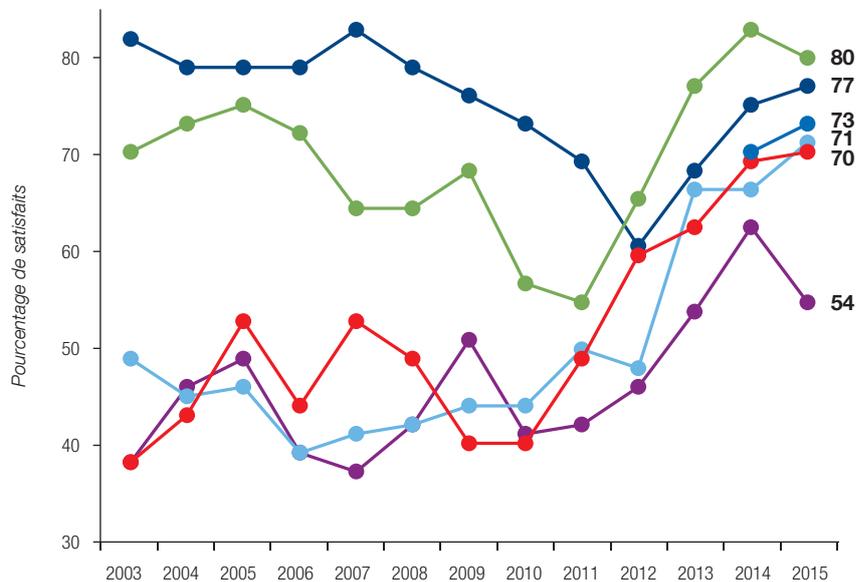
76 % des personnes recommanderaient à leur entourage d'utiliser les transports publics. Ce niveau de satisfaction jamais atteint démontre la qualité reconnue par la population aux transports publics à Genève.

**FIABILITÉ**  
**DES TRANSPORTS PUBLICS**

Par fiabilité il faut comprendre « ponctualité ».

77 % des personnes se disent satisfaites de la ponctualité des transports publics (+2 % vs 2014), contre 7 % d'insatisfaits (-3 %). Ce niveau de satisfaction rapproche Genève de ses hauts niveaux atteints entre 2002 et 2008 (80 % en moyenne).

**GENÈVE**  
**2<sup>E</sup>**



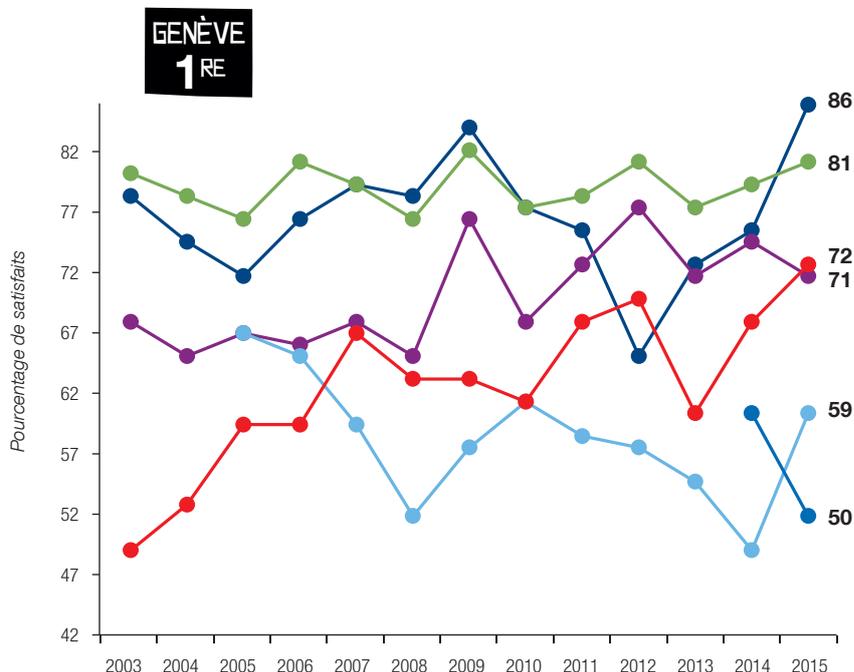
### SATISFACTION GÉNÉRALE

Le sentiment général vis-à-vis des transports publics est évalué ici. Il s'agit de compiler les notes des critères impactant le plus le degré de satisfaction des personnes.

Ce critère résume donc les observations faites précédemment en tenant compte d'une pondération particulière pour les critères perçus comme les plus importants par la population.

Phénomène constant chaque année, la satisfaction des personnes vis-à-vis des transports publics est d'autant plus grande que leur utilisation en est intense.

Sur ce critère, les Genevois se montrent davantage satisfaits que les habitants de Saint-Julien (87 % contre 80 %).



### ÉVOLUTION DU CLASSEMENT DE GENÈVE SUR LES SIX PARTICIPANTS DE L'ÉTUDE

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Évolution 2015/2014
Comportement du personnel	1 <sup>re</sup>	→									
Information aux clients	1 <sup>re</sup>	→									
Confort	1 <sup>re</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	1 <sup>re</sup>	1 <sup>re</sup>	1 <sup>re</sup>	4 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	→
Image sociétale	1 <sup>re</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	1 <sup>re</sup>	1 <sup>re</sup>	3 <sup>e</sup>	4 <sup>e</sup>	4 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	→
Offre de prestation	2 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	1 <sup>re</sup>	1 <sup>re</sup>	2 <sup>e</sup>	5 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	→
Perception du prix	8 <sup>e</sup>	8 <sup>e</sup>	5 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	5 <sup>e</sup>	4 <sup>e</sup>	5 <sup>e</sup>	4 <sup>e</sup>	4 <sup>e</sup>	1 <sup>re</sup>	→
Sécurité	3 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	4 <sup>e</sup>	6 <sup>e</sup>	5 <sup>e</sup>	4 <sup>e</sup>	5 <sup>e</sup>	→
Fidélité aux transports publics	3 <sup>e</sup>	4 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	5 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	→
Fiabilité des transports publics	1 <sup>re</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	1 <sup>re</sup>	1 <sup>re</sup>	1 <sup>re</sup>	3 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	→
Satisfaction générale	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	1 <sup>re</sup>	1 <sup>re</sup>	1 <sup>re</sup>	2 <sup>e</sup>	5 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	1 <sup>re</sup>	→
<b>Nombre de villes participantes</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	





**LE DÉCOMPTÉ  
TOUT GENÈVE**

TVA 8% incluse

**PRODUITS DU TRANSPORT + GARANTIES**

Billets Tout Genève

Forfaits journaliers Tout Genève

**Total billets + forfaits journaliers Tout Genève**

Abonnements hebdomadaires Tout Genève

**Total abonnements hebdomadaires Tout Genève**

Abonnements mensuels Tout Genève adultes

Abonnements mensuels Tout Genève juniors

Abonnements mensuels Tout Genève seniors

Abonnements mensuels Tout Genève transmissibles

**Total abonnements mensuels Tout Genève**

Abonnements annuels Tout Genève adultes

Abonnements annuels Tout Genève juniors

Abonnements annuels Tout Genève seniors

Abonnements annuels Tout Genève transmissibles

**Total abonnements annuels Tout Genève**

Titres P+R (abonnements et tickets)

Combinés

Abonnements demi-tarif

TT régionaux, transfrontaliers

Manifestations

Autres

**Total divers**

**Total ventes brutes**

**Déductions :**

Bonus de secours

Bonus écologique

**Total bonus**

Rabais SPC

Rabais Grands-comptes

Rabais famille

Rabais spécial

**Total rabais**

**Remboursements**

**Total déductions**

**TOTAL PRODUITS DU TRANSPORT**

Participation cantonale aux frais de gestion et de communication

Participation cantonale Études/RER/FVG

Participation cantonale aux opérations « pics de pollution »

Indemnité pour pertes de recettes induites par la CTI

Indemnité pour perte de recettes induite par l'IN-146

Indemnité pour rabais billets et CJ senior

Indemnité pour le rabais des abo seniors

Indemnité pour le rabais des abo juniors

Indemnité pour le rabais familles

**Total participations cantonales**

**Produits financiers**

**TOTAL PRODUITS COMMUNAUTAIRES**

Comptes unireso 2014	Comptes unireso 2015	État Genève 2015	À répartir 2015	Part tpg 2015	Part CFF 2015	Part SMGN 2015
41 053 658,42	39 596 221,31					
10 652 030,70	9 663 868,18					
<b>51 705 689,12</b>	<b>49 260 089,49</b>					
381 222,00	368 902,00					
<b>381 222,00</b>	<b>368 902,00</b>					
34 345 557,00	27 791 372,00					
8 878 545,00	7 901 730,00					
2 984 700,00	2 309 521,00					
330 117,00	364 100,00					
<b>46 538 919,00</b>	<b>38 366 723,00</b>					
30 424 523,00	28 929 776,00					
12 234 708,00	12 253 485,00					
9 302 779,00	8 466 580,00					
138 800,00	152 100,00					
<b>52 100 810,00</b>	<b>49 801 941,00</b>					
3 053 004,00	2 933 102,00					
2 900 502,02	2 702 706,10					
1 986 426,85	1 713 012,56					
6 354 243,92	6 940 558,93					
403 722,27	424 306,89					
487 714,04	181 451,82					
<b>15 185 613,10</b>	<b>14 895 138,30</b>					
<b>165 912 253,22</b>	<b>152 692 793,79</b>					
-136 723,71	-1 829,10					
-508 879,60	0,00					
<b>-645 603,31</b>	<b>-1 829,10</b>					
-2 736 056,40	-2 114 791,66					
-1 886 460,53	-22 283,87					
-992 206,50	-1 045 948,13					
-1 645 649,78	-1 639 295,94					
<b>-7 260 373,21</b>	<b>-4 822 319,60</b>					
<b>-692 022,75</b>	<b>-403 258,11</b>					
<b>-8 597 999,27</b>	<b>-5 227 406,81</b>					
<b>157 314 253,95</b>	<b>147 465 386,98</b>		<b>147 465 386,98</b>	<b>135 341 455,03</b>	<b>11 254 745,58</b>	<b>869 186,37</b>
		400 000,00	400 000,00	367 520,00	30 120,00	2 360,00
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		9 107 000,68	9 107 000,68	8 367 512,23	685 757,15	53 731,30
		8 060 514,00	8 060 514,00	7 406 000,26	606 956,71	47 557,03
		4 324 821,00	4 324 821,00	3 973 645,54	325 659,02	25 516,44
		5 970 802,00	5 970 802,00	5 485 972,88	449 601,39	35 227,73
		3 890 111,00	3 890 111,00	3 574 233,99	292 925,36	22 951,65
		807 000,00	807 000,00	741 471,60	60 767,10	4 761,30
		<b>32 560 248,68</b>	<b>32 560 248,68</b>	<b>29 916 356,50</b>	<b>2 451 786,73</b>	<b>192 105,45</b>
	<b>131,98</b>		<b>131,98</b>	<b>121,26</b>	<b>9,94</b>	<b>0,78</b>
	<b>147 465 518,96</b>	<b>32 560 248,68</b>	<b>180 025 767,64</b>	<b>165 257 932,79</b>	<b>13 706 542,25</b>	<b>1 061 292,60</b>



## DÉCOMPTE TOUT GENÈVE [SUITE]

### CHARGES

Salaires et charges

#### Total frais de personnel

Honoraires juridique / fiduciaire

Études et mandats

Frais de voyage & réception

#### Total frais administratifs

Confection titres de transport

Production de Cart@bonus

Frais Service direct et projets nationaux

Frais Communautés tarifaires

Indemnité de vente (charge sur les TT Tout Genève)

Indemnité de vente (crédit sur les TT Tout Genève)

Commissions et frais de vente

Papier, imprimés

#### Total frais de vente

Communication

Titres de transport pour congressistes

Mailings

#### Total frais de communication

Frais décomptes

Frais bancaires

#### Total frais financiers

Divers et imprévus

#### TOTAL CHARGES

#### RÉSULTAT NET

Comptes unireso 2014	Comptes unireso 2015	État Genève 2015	À répartir 2015	Part tpg 2015	Part CFF 2015	Part SMGN 2015
	-440 000,00		-440 000,00	-404 272,00	-33 132,00	-2 596,00
	<b>-440 000,00</b>		<b>-440 000,00</b>	<b>-404 272,00</b>	<b>-33 132,00</b>	<b>-2 596,00</b>
	-5 468,90		-5 468,90	-5 024,83	-411,81	-32,26
	-25 492,94		-25 492,94	-23 422,91	-1 919,62	-150,41
	-11 737,80		-11 737,80	-10 784,69	-883,86	-69,25
	<b>-42 699,64</b>		<b>-42 699,64</b>	<b>-39 232,43</b>	<b>-3 215,29</b>	<b>-251,92</b>
	-77 885,30		-77 885,30	-71 561,01	-5 864,77	-459,52
	-154 600,30		-154 600,30	-142 046,75	-11 641,41	-912,14
	-166 984,57		-166 984,57	-153 425,42	-12 573,94	-985,21
	-21 717,45		-21 717,45	-19 954,00	-1 635,32	-128,13
	-4 857 895,80		-4 857 895,80	-4 463 434,70	-365 799,55	-28 661,55
	4 857 895,80		4 857 895,80	4 535 494,50	322 401,30	0,00
	-3 601,53		-3 601,53	-3 309,09	-271,19	-21,25
	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>-424 789,15</b>		<b>-424 789,15</b>	<b>-318 236,47</b>	<b>-75 384,88</b>	<b>-31 167,80</b>
	-539 180,99		-539 180,99	-495 399,49	-40 600,33	-3 181,17
	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>-539 180,99</b>		<b>-539 180,99</b>	<b>-495 399,49</b>	<b>-40 600,33</b>	<b>-3 181,17</b>
	-328 651,00		-328 651,00	-301 964,53	-24 747,43	-1 939,04
	-107,00		-107,00	-98,31	-8,06	-0,63
	<b>-328 758,00</b>		<b>-328 758,00</b>	<b>-302 062,84</b>	<b>-24 755,49</b>	<b>-1 939,67</b>
	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>-1 775 427,78</b>		<b>-1 775 427,78</b>	<b>-1 559 203,23</b>	<b>-177 087,99</b>	<b>-39 136,56</b>
	<b>145 690 091,18</b>	<b>32 560 248,68</b>	<b>178 250 339,86</b>	<b>163 698 729,56</b>	<b>13 529 454,26</b>	<b>1 022 156,04</b>

Après de nombreuses années d'application de la clé de répartition historique des recettes et des charges, le contrat de prestations 2015-2018 marque l'entrée en vigueur de la clé de répartition dynamique basée sur la consommation de transport sur les lignes de chacun des trois opérateurs du Tout Genève. Pour la clé 2015, la consommation de transport a été collectée durant la période d'octobre 2013 à septembre 2014 et se compose d'un mix entre le nombre de voyages et le produit des voyages X kilomètres effectués.

La clé 2015 validée au cours d'un comité de décision unireso est la suivante :

tpg = 91,88 %, CFF = 7,53 %, SMGN = 0,59 %.

## LE DÉCOMPTE RÉGIONAL

(en CHF et en euros)

Les prix des titres de transport régionaux sont constitués d'une part fixe, appelée prise en charge, visant à rémunérer le partenaire ayant procédé à la vente du titre.

Après déduction de cette prise en charge, les ventes sont réparties entre les opérateurs à parts égales pour chaque zone (excepté la zone 10 genevoise qui compte double), conformément aux principes établis dans le contrat de prestations unireso régional 2015-2018.

	2014		2015	
	CHF	EUROS	CHF	EUROS
<b>Indemnité de vente en faveur de :</b>				
CFF	252 317,97	160 882,93	214 549,82	179 118,79
TPG	656 102,04	415 653,69	450 792,52	374 787,22
TPN	19 078,73	12 160,79	14 785,31	12 365,87
TP2A	134 129,55	85 566,72	116 944,09	97 455,35
GLCT zone 84	5 683,55	3 624,30	4 025,64	3 354,70
GLCT zone 85	0,00	0,00	244,80	204,00
GLCT zone 86	1 333,00	850,00	2 038,80	1 699,00
GLCT zone 87	384,16	245,00	800,40	667,00
GLCT zone 87 (RDTA)	21 195,97	13 516,50	10 184,40	8 487,00
	<b>1 090 224,97</b>	<b>692 499,93</b>	<b>814 365,78</b>	<b>678 138,93</b>
<b>Ventes réparties en faveur de :</b>				
zone 10 = CTI	6 461 481,94	5 515 632,35	6 970 969,18	6 267 633,53
zone 21 = TPN	26 500,85	22 457,05	26 395,26	23 652,14
zone 22 = 37,5% TPN	363 667,63	310 489,72	393 879,82	354 727,76
zone 22 = 62,5% CFF	606 112,72	517 482,86	656 466,35	591 212,94
zone 81 = GLCT	127 140,71	108 711,69	133 785,42	120 187,55
zone 82 = 2C2A	1 031 348,82	880 659,93	1 113 654,02	995 875,12
zone 84 = GLCT	303 759,40	264 288,26	309 091,34	280 497,51
zone 85 = CG01	16 558,45	14 144,05	20 280,81	18 288,48
zone 85 = GLCT	3 180,32	2 722,80	2 746,00	2 429,61
zone 86 = GLCT	193 194,56	166 066,47	226 365,62	204 968,49
zone 87 = GLCT	945 827,44	824 405,13	910 576,65	819 251,36
zone 87 = CG01	563,33	486,92	293,12	260,69
zone 90 = TPN	87 175,42	73 856,85	97 691,47	87 590,51
zone 99 = CFF	912 535,88	778 809,15	976 245,07	881 617,88
	<b>11 079 047,47</b>	<b>9 480 213,23</b>	<b>11 838 440,13</b>	<b>10 648 193,57</b>
<b>TOTAL</b>	<b>12 169 272,44</b>	<b>10 172 713,16</b>	<b>12 652 805,91</b>	<b>11 326 332,50</b>



c/o transports publics genevois  
Route de la Chapelle 1 – 1212 Grand-Lancy