

Rapport d'activité 2022

Uagabond
l'abonnement jurassien

1. Introduction

La communauté tarifaire Vagabond, qui a vu le jour en 2001, est un système unifié, reconnu par les entreprises CFF, CarPostal / MOBIJU et CJ, qui propose une offre d'abonnements adaptée à chaque voyageur régulier pour des déplacements fréquents sur le territoire jurassien, ainsi que vers Moutier, Tramelan et Delle/Belfort.

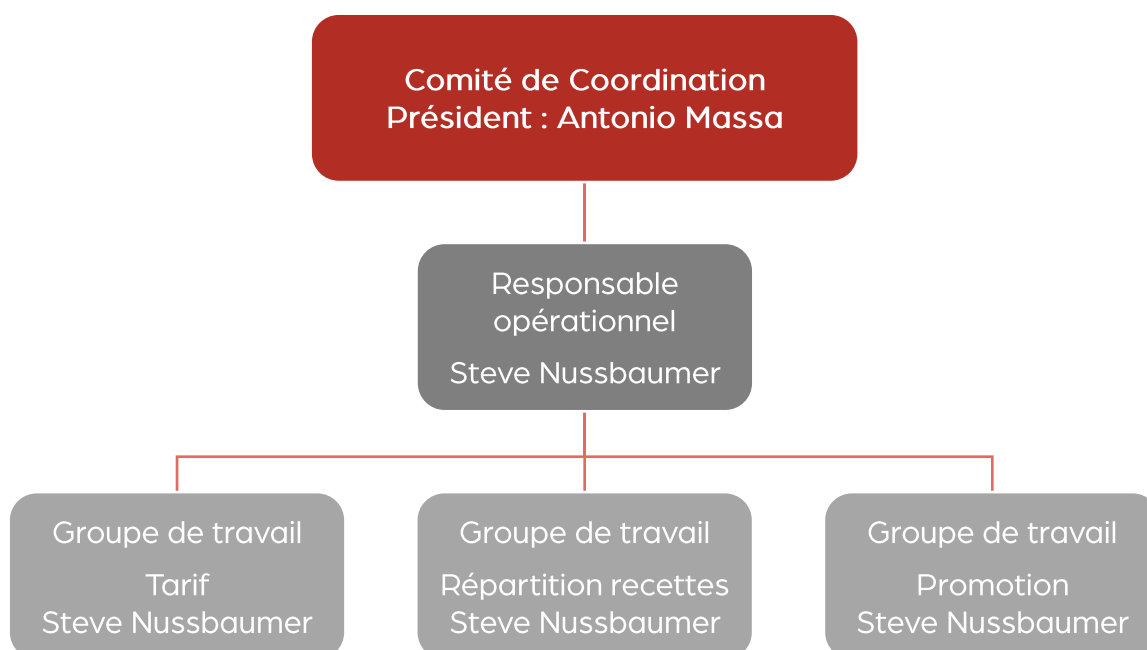
Les abonnements, disponibles en versions mensuelles ou annuelles, pour les adultes ou les jeunes, permettent l'utilisation sans limite des transports publics dans les zones choisies ou sur l'ensemble du périmètre couvert par Vagabond.

2. Organisation

La communauté tarifaire jurassienne Vagabond (CTJU) est constituée en société simple composée des quatre entreprises concessionnaires suivantes et du Canton du Jura :

- CFF SA (CFF)
- CarPostal SA (CarPostal)
- Compagnie des chemins de fer du Jura SA (CJ)
- Transports Urbains Delémontains (TUD)

La CTJU est organisée de la manière suivante :



Comité de coordination

Le comité de coordination est chargé d'assurer la bonne marche de la communauté et, dans la mesure des compétences qui lui sont attribuées, prend toutes les décisions y relatives. Le comité de coordination est composé de représentants des entreprises de transport, du Canton du Jura, des villes de Delémont (TUD) et Porrentruy (TUB) ainsi que de l'Office fédéral des transports (OFT). La présidence est assurée par le représentant de l'Etat. En 2022, le comité de coordination s'est réuni à quatre reprises dans la composition suivante :

Président	M. Antonio Massa	
Membres	Mme Aline Muller, OFT (*) M. Ivo Stierli, CFF M. Philippe Cina, CarPostal	M. Hubert Jaquier, TUD M. Jérémy Huber, TUB (*) M. Jean-Frédéric Python, CJ
	(*) Voix consultative uniquement	

La gestion opérationnelle de la communauté ainsi que la gestion de la promotion sont confiées à l'entreprise CarPostal, sur la base de mandats spécifiques.

Groupes de travail (GT)

Une fois les projets fixés par le comité de coordination, trois groupes de travail œuvrent à leur analyse technique et à leur suivi.

Il s'agit du « GT Tarif », du « GT Promotion » et du « GT Répartition des recettes ». Chaque entreprise est représentée dans ces organes et y collaborent activement afin d'assurer le bon fonctionnement de la CTJU.

Organe de révision

En sa qualité d'organe de révision, le Contrôle des finances (CFI) du Canton du Jura a procédé à la vérification des comptes 2022 de la CTJU. Par son rapport de révision du 12 juin 2023, le CFI a approuvé la tenue des comptes 2022 et le bouclage de ceux-ci.

3. Promotion

L'année 2022 a été marquée par le lancement d'un projet de mise en place d'une cellule de promotion des transports publics jurassiens. Cela s'est concrétisé au début de l'année 2023 par l'engagement d'une unité de personnel supplémentaire, administrativement liée à CarPostal mais totalement dévolue à sa mission. Les commanditaires et les entreprises ont ainsi mené, dans le courant du deuxième semestre, des discussions pour concrétiser cette idée.

En conséquence, le GT Promotion a mis la priorité sur les mesures spécifiques ci-dessous, en attendant la concrétisation du projet de cellule de promotion, qui verra le jour au printemps 2023.

3.1. Free Week-end

Afin d'encourager les abonnés Vagabond à utiliser davantage les transports publics jurassiens le week-end, notamment pour les loisirs, l'action « Free Week-end » a été reconduite en 2022. Cette dernière permet à toutes les personnes détentrices d'un abonnement Vagabond de circuler librement sur tout le réseau couvert par la communauté tarifaire jurassienne (hors Noctabus), du vendredi soir à 19h00 jusqu'à la dernière course du dimanche soir, et cela quel que soit le rayon de validité de l'abonnement.

Comme l'année précédente, les abonnés avaient également la possibilité d'emmener gratuitement un accompagnant avec eux.

Pour promouvoir cette offre auprès des abonnés, une campagne 360° a été mise en place avec :

- La diffusion d'une vidéo publicitaire sur les réseaux sociaux, sur Internet et sur les écrans dans les bus
- Des annonces dans la presse, dont « Le Quotidien Jurassien » et les journaux locaux
- Une carte postale envoyée à tous les abonnés annuels Vagabond





Figure 1 Visuel de la carte postale, recto/verso



Figure 2 Exemple d'une annonce presse

Figure 3 Extrait de la vidéo publicitaire

3.2. Campagne de marketing direct auprès des abonnés mensuels

Un courrier a été envoyé à tous les abonnés mensuels en novembre 2022 avec l'objectif de promouvoir le tarif de l'abonnement annuel, qui offre 3 mois de gratuité.



Figure 4 Visuel du courrier publicitaire adressé aux abonnés mensuels, recto



Figure 55 Visuel du courrier publicitaire adressé aux abonnés mensuels, verso

3.3. Campagne publicitaire promouvant le « tarif journalier » de l'abonnement annuel

Une vaste campagne de publicité a été lancée en décembre 2022 sur de nombreux canaux afin de toucher un maximum de jurassiens. Deux messages ont été retenus pour cette mesure :

- La simplicité qu'offrent les transports publics : « Simplifiez-vous la vie ! Avec l'abonnement des transports publics jurassiens » ;
- Le coût relativement bas des transports publics : « Voyagez dans tout le Jura pour CHF 4.15 par jour* »



Figure 6 Visuel de la campagne publicitaire

3.4. JobAbo

La CTJU a intensifié les visites d'entreprises dans le Jura durant l'été, en proposant des solutions de promotion adaptées et personnalisées à chaque structure.

3.5. Partenariat HC Ajoie

Au vu du succès rencontré lors de la première saison, le partenariat avec le HC Ajoie a été reconduit, avec l'intégration des transports publics sur le réseau couvert par Vagabond dans le billet de match.

4. Finances

4.1. Evolution du chiffre d'affaires

Les ventes d'abonnements de la CTJU, donc sans les « autres recettes », ont généré un chiffre d'affaires de CHF 4'077'710.- en 2022, représentant une progression de + 6.3 % (+ CHF 240'254.-) par rapport à 2021, mais toujours en dessous de l'année record 2019 de CHF 245'078.-. Cependant, sur le dernier trimestre, le chiffre d'affaires 2022 est supérieur de CHF 56'456.- (+9.7%) en comparaison de la même période en 2019. Ceci laisse entrevoir la possibilité d'égaliser voire de dépasser en 2023 le niveau des recettes « pré-COVID-19 ».

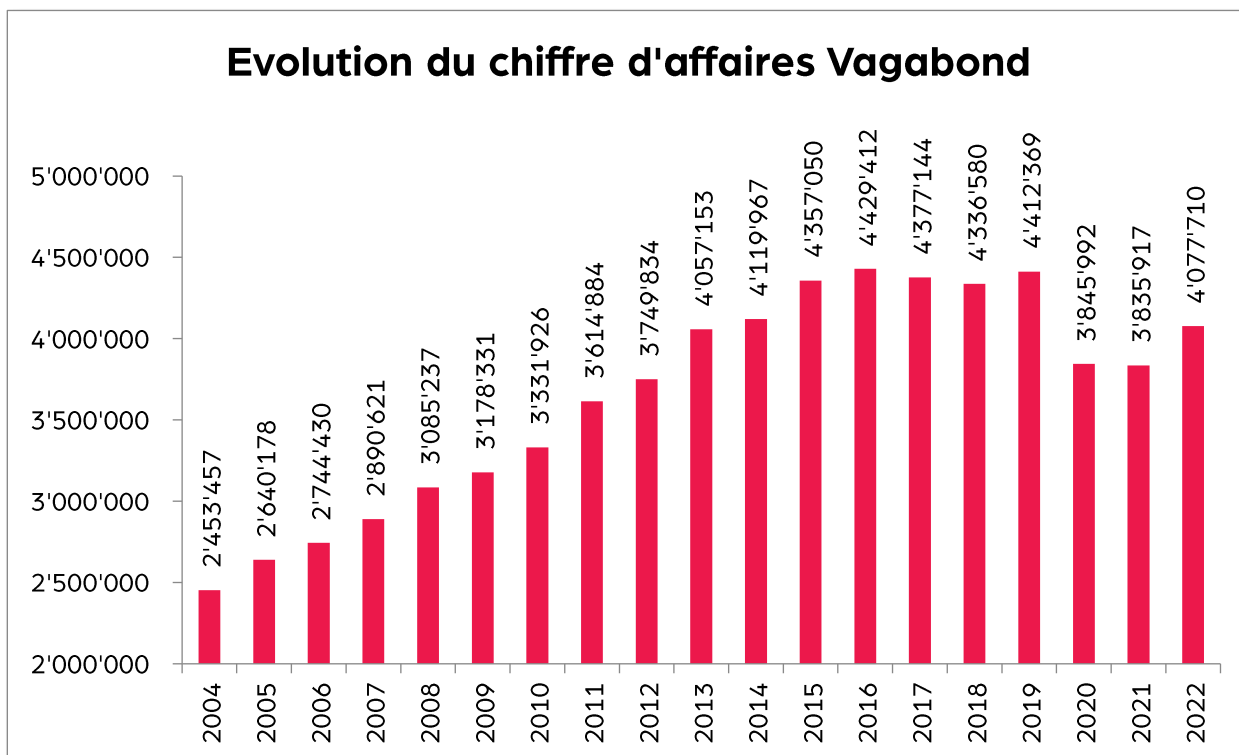


Figure 7 Evolution du produit des recettes des ventes d'abonnements (« autres recettes » non-inclus).



Au sein de la communauté tarifaire, le chiffre d'affaires se répartit comme suit :

Répartition du chiffre d'affaires par produit (en CHF)	Segment	2021	2022	Evolution en %
Autres recettes* – divers		124'801	199'185	59.60
Supplément City Delémont		4'330	7'776	79.58
Vagabond Abonnement annuel	Adulte	288'422	286'940	-0.51
Vagabond Abonnement annuel	Jeune	1'940'138	1'902'816	-1.92
Vagabond Abonnement annuel JobAbo	Adulte	134'998	192'640	42.70
Vagabond Abonnement annuel JobAbo	Jeune	38'537	63'210	64.02
Vagabond Abonnement mensuel	Adulte	793'975	997'117	25.59
Vagabond Abonnement mensuel	Jeune	618'558	605'539	-2.10
Vagabond Abonnement mensuel JobAbo	Adulte	452	2'298	408.41
Vagabond Abonnement mensuel JobAbo	Jeune	126	306	142.86
Vagabond Modulabo annuel	Adulte	5'068	3'535	-30.25
Vagabond Modulabo annuel	Jeune	1'655	2'760	66.77
Vagabond Modulabo mensuel	Adulte	4'469	3'644	-18.46
Vagabond Modulabo mensuel	Jeune	1'240	1'240	0.00
Vagabond TER BFC Abonnement annuel	Adulte		585	
Vagabond TER BFC Abonnement annuel	Jeune		1'026	
Vagabond TER BFC Abonnement mensuel	Adulte	3'761	4'803	27.71
Vagabond TER BFC Abonnement mensuel	Jeune	214	704	228.97
Total		3'960'744	4'276'124	7.96

Figure 8 Répartition du chiffre d'affaires par produit (en CHF)

Le tableau de la page précédente démontre deux tendances de l'évolution du chiffre d'affaires :

- En 2022, les recettes de l'abonnement annuel reculent au profit des recettes provenant des abonnements mensuels, qui augmentent pour le segment Adulte. Cela s'inscrit dans la tendance observée sur le plan national et qui semble être une conséquence directe de la crise sanitaire que nous avons connue : les clients des transports publics se tournent davantage vers des solutions plus flexibles que vers les abonnements annuels.
- Le produit JobAbo progresse de plus de 42% auprès des +25ans (segment Adulte), confirmant le bienfondé de la stratégie consistant à cibler les pendulaires via leurs employeurs.

*La rubrique « Autres recettes – divers » est alimentée par différents revenus qui ne proviennent pas directement de la vente d'abonnements à l'utilisateur final, mais par des partenariats avec différentes institutions telles que JuraTourisme, le Centre Culturel régional Delémont (CCRD – pour le Passeport Vacances), ou encore le HC Ajoie. Cette rubrique a connu une forte augmentation en 2022, notamment avec l'adaptation de l'indemnité du JuraPass et le nouveau partenariat conclu avec le HC Ajoie. Dans cette rubrique figure également la participation des entreprises partenaires de JobAbo, les remboursements divers et les dédommagements aux passagers.

4.2. Chiffre d'affaires par entreprise

Le chiffre d'affaires total 2022 a été réparti ainsi entre les entreprises de transports :



Répartition du chiffre d'affaires total Vagabond par entreprise de transport (en CHF)	2022
CFF	1'899'409
CarPostal	1'819'555
CJ	510'684
Vagabond	966
Total	4'230'614

Figure 9 Répartition du chiffre d'affaires par entreprise

Le chiffre d'affaire total ci-dessus comprend les commissions de vente des abonnements modulables que Vagabond doit restituer au service direct.

En 2021, Vagabond a mené des travaux pour actualiser sa clé de répartition des recettes de vente d'abonnements. La nouvelle clé de répartition des recettes adoptée à compter du 1^{er} janvier 2022 est la suivante :

Clé de répartition Vagabond	
CFF TGL	1.75%
CFF TRV	43.86%
CJ-Bus	1.04%
CJ-Train	9.42%
CarPostal	43.93%
Total	100.00%

Les indemnités perçues dans le cadre du Passeport Vacances et du partenariat avec le HC Ajoie sont également réparties sur la base de la clé ci-dessus, alors que l'indemnité liée au JuraPass est traitée selon une clé spécifique en raison de son contexte « touristique ». La clé de l'indemnité JuraPass est la suivante :

Clé de répartition de l'indemnité JuraPass	
CFF	21.24%
CarPostal	4.65%
CJ	74.11%
Total	100.00%

4.3. Compte de fonctionnement

Le tableau ci-dessous présente le budget de fonctionnement validé par le comité de coordination le 10 décembre 2021 et les dépenses effectives.

Rubriques	Budget 2022	Réel 2022	Différences
Prestation de l'ETG	175'000.00	174'591.10	408.90
Technique / Distribution	44'900.00	37'080.30	7'819.70
Répartition des recettes	33'000.00	20'335.30	12'664.70
Marketing / Communication	100'000.00	99'501.04	498.96
Divers	2'000.00	2'000.00	0.00
Total CHF	354'900.00	333'507.74	21'392.26

Figure 10 Compte de fonctionnement 2022

L'exercice 2022 boucle donc avec un total de dépenses de CHF 333'507.74, montant inférieur de CHF 21'392.26 par rapport au montant budgétisé. Considérant que les partenaires financent les dépenses sur la base du budget, il en résulte un solde non utilisé que le comité de coordination a décidé de reporter sur l'exercice 2022. Le montant en question, soit CHF 21'392.26 pourra être utilisé

soit pour des mesures de promotion ou pour mener des études liées au projet de communauté tarifaire intégrale (CTI).

5. Evolution des ventes

Le 1^{er} janvier 2023, 5'424 abonnements Vagabond étaient en circulation, soit le nombre le plus élevé depuis janvier 2020 (5'519), dernier mois avant l'apparition de la pandémie de COVID-19. Cela confirme la tendance positive du dernier trimestre 2022.

Au niveau des chiffres d'affaires mensuels, les quatre premiers mois de l'année 2022 ont accusé des reculs importants (-18% par rapport à 2019 au cumul des quatre mois) en raison des effets des mesures de lutte contre la pandémie qui étaient encore importants. Mais dès le mois de mai, et pour le reste de l'année hormis les mois de juillet et août, les recettes mensuelles 2022 ont dépassé celles de 2019.

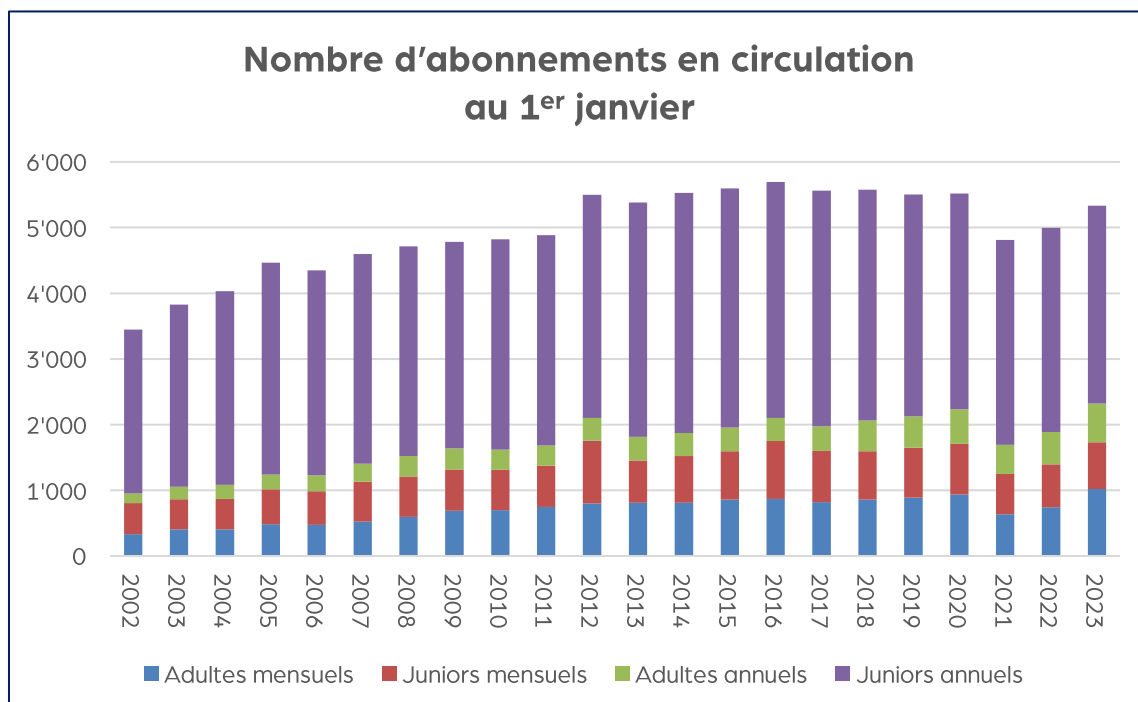


Figure 11 Nombre d'abonnements Vagabond en circulation au 1er janvier depuis le lancement de la CTJU

5.1. Evolution du chiffre d'affaires

L'année 2022 se clôture avec une augmentation de 6.3% des recettes directes, en comparaison avec 2021. Le tableau ci-après présente les recettes mensuelles des ventes d'abonnements depuis 2019, dernière année non-impactée par le COVID-19. La rubrique des « Autres recettes annexes » n'y est pas intégrée. On peut notamment constater que les fluctuations mensuelles entre les recettes 2022 et 2021 sont importantes. Ce tableau démontre également que pour la période juillet-août, propice au renouvellement d'abonnements, les recettes sont supérieures de 2,8% par rapport à celles de 2021.



Recettes Vagabond	2019	2020	2021	2022	% 2022 / 2021
Janvier	285'036	276'890	187'872	207'799	10.6
Février	197'617	200'045	152'976	171'339	12.0
Mars	202'807	143'296	165'842	180'008	8.5
Avril	190'566	48'862	149'309	159'686	7.0
Mai	165'519	127'079	163'826	169'412	3.4
Juin	177'923	130'242	150'131	183'128	22.0
Juillet	703'522	585'841	638'995	637'895	-0.2
Août	1'520'775	1'325'380	1'311'712	1'366'560	4.2
Septembre	296'807	425'865	372'508	363'212	-2.5
Octobre	207'347	206'429	210'723	231'463	9.8
Novembre	208'184	164'600	187'427	224'016	19.5
Décembre	166'277	129'979	145'727	182'786	25.4
Total	4'322'379	3'764'508	3'837'048	4'077'304	6.3

Figure 12 Recettes mensuelles des ventes d'abonnement Vagabond 2019 – 2022

5.2. Evolution par catégorie

Si, après la chute de 2020 liée au COVID-19, les recettes totales ont progressé en 2021 et en 2022, l'évolution est différente entre la catégorie Jeune et la catégorie Adultes, comme le démontre le tableau ci-dessous.

- Au 1^{er} janvier 2023, 1'608 abonnements « Adultes » étaient en circulation, soit le nombre le plus élevé depuis la création de Vagabond en 2021, en progression de +8.5% par rapport au 1.1.2022.
- Le nombre d'abonnements « Jeunes » en circulation entre le 01.01.2022 et le 01.01.2023 n'a progressé que de 1.4%, mais il est en croissance pour la deuxième année consécutive et cela est réjouissant après une baisse continue depuis 2017.

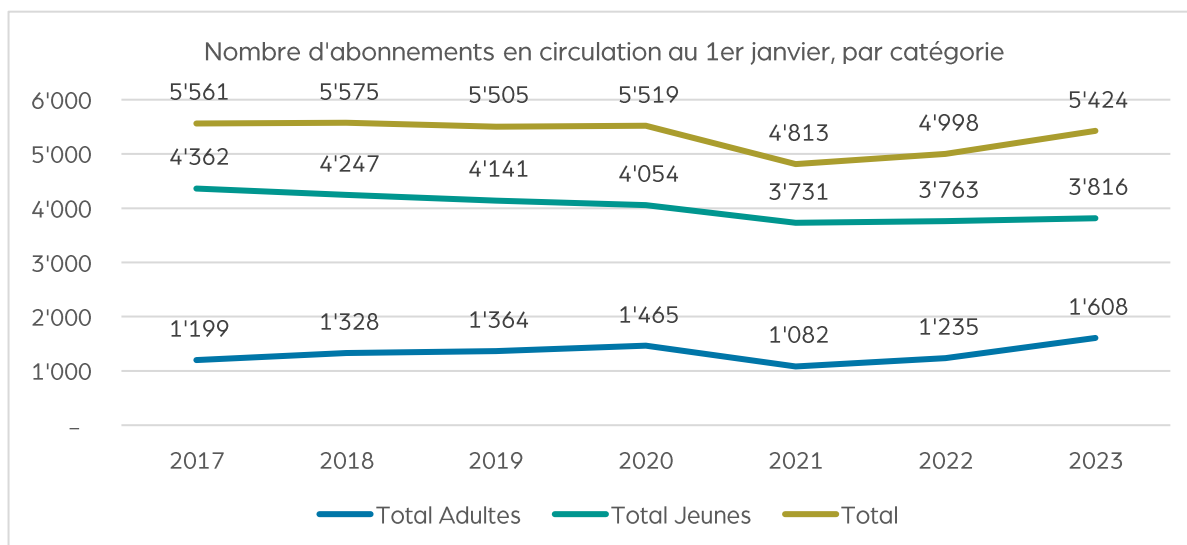


Figure 13 Nombre d'abonnements en circulation par catégorie, au 1er janvier, de 2017 à 2023

5.3. Évolution du JobAbo

Le produit JobAbo a connu une forte hausse (+48.8%) en 2022, ce qui est très réjouissant en regard des efforts consentis pour promouvoir ce produit.

Il représente aujourd'hui le 6.6% du chiffre d'affaires total de Vagabond et dispose encore d'un potentiel de développement important dans le Jura.

Année	Total CHF
2017	85'133
2018	97'470
2019	160'694
2020	176'629
2021	173'708
2022	258'454

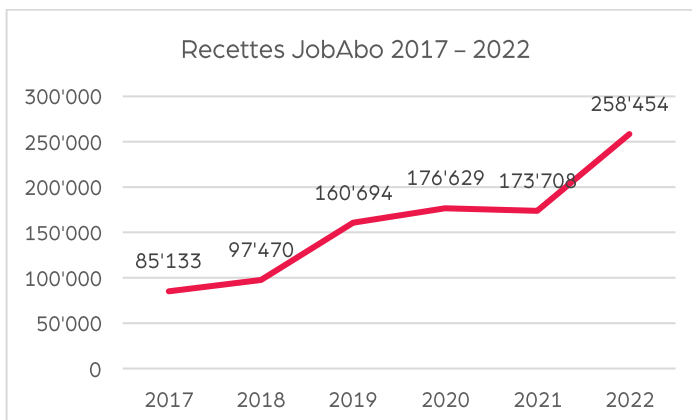


Figure 14 Recettes du produit JobAbo de 2017 à 2022

6. Perspectives

A l'avenir, la CTJU devra faire face à de nombreux défis. A court terme, il est important qu'elle retrouve le niveau de recettes d'avant COVID-19.

La mise en place de la nouvelle cellule de promotion des transports publics jurassiens constituera un challenge. Cette dernière aura pour mission de faire connaître et promouvoir l'offre en transports publics commune aux trois entreprises (CFF, CJ et CarPostal/MOBIJU) et commandée par le Canton du Jura, dans le but d'en augmenter sensiblement la fréquentation. Les visites et le suivi des contacts avec les grandes entreprises régionales sera sa priorité.

En termes d'assortiment, Vagabond lancera au prochain changement d'horaire le FlexiAbo, abonnement annuel proposé à un tarif avantageux utilisable 100 jours durant son année de validité. Le développement de l'assortiment, en proposant des produits plus flexibles et plus proches des besoins et des attentes de la population, est nécessaire pour convertir des non-utilisateurs en clients des transports publics.

Enfin, la nouvelle directive émise en fin d'année 2022 par l'Office fédéral des transports (OFT) exigeant un niveau de recettes minimal des communautés tarifaires pose problème à Vagabond. Des études et analyses devront être menées en 2023 afin de trouver des solutions. L'une d'entre-elles pourrait consister en le développement de Vagabond en communauté tarifaire intégrale.

Antonio Massa
Président du Comité de coordination

Steve Nussbaumer
Responsable opérationnel

Delémont, juin 2023

