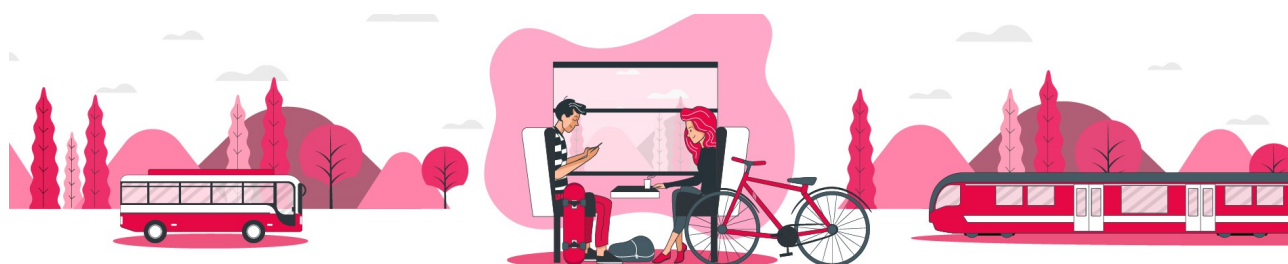


COMMUNAUTÉ TARIFAIRE JURASSIENNE

# VAGABOND

Rapport d'activité 2019



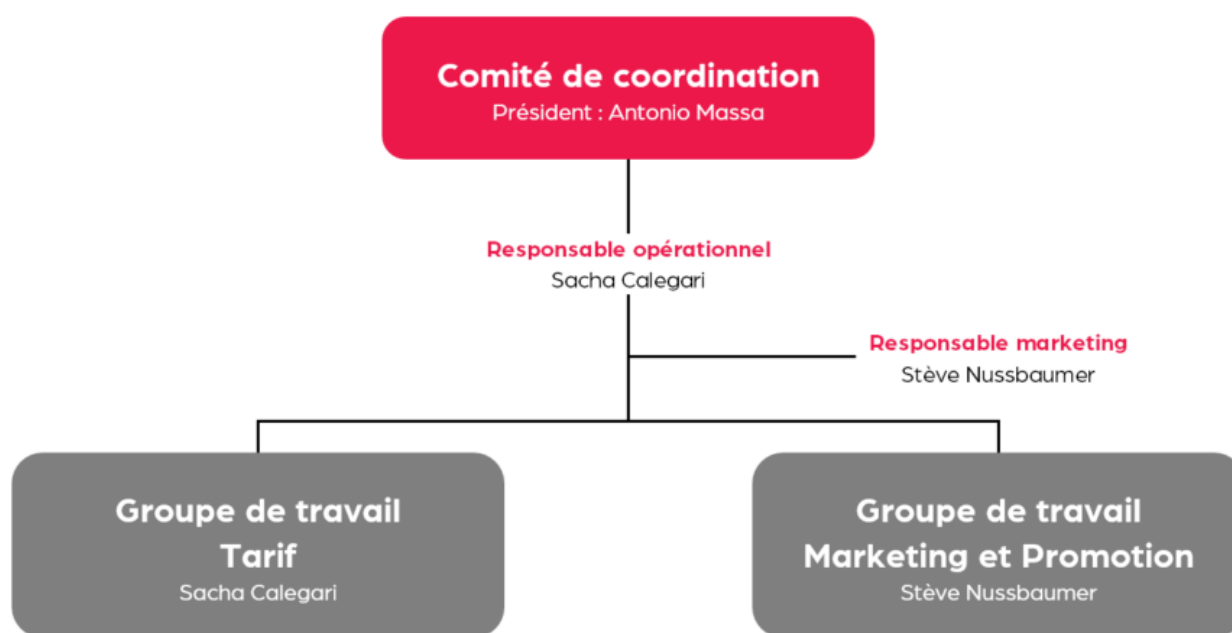


## 1. Organisation

La 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 :



### 1.1. 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 des représentants des entreprises de transport, du canton du Jura, des villes de Delémont et Porrentruy ainsi que de l'Office fédéral des Transports (OFT). La présidence est assurée par le représentant de l'Etat. En 2019, le comité de coordination s'est réuni à quatre reprises dans la composition suivante :

Président : M. Antonio Massa, République et Canton du Jura  
 Membre : M. Audrey Granata, OFT (\*)  
 Membre : M. Ivo Stierli, CFF  
 Membre : M. Philippe Cina, CarPostal  
 Membre : M. Frank Maillard, CJ  
 Membre : M. Hubert Jaquier, TUD  
 Membre : M. Jérémy Huber, TUB (\*)

(\*) 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.

Les principaux projets traités et les décisions les plus importantes prises en 2019 ont été les suivants :

#### **Tarif et distribution**

- Elaboration d'un nouveau T651.21 « sans barrière » permettant à toutes les personnes atteintes d'un handicap de pouvoir consulter le tarif
- Reconduction du partenariat avec le « Passeport-vacances » du Centre Culturel Régional de Delémont (CCRD)
- Lancement du projet de recalcul de la clé de répartition des recettes

#### **Marketing et communication**

- Reconduction de l'offre « Free Week-end » destinée aux abonnés Vagabond
- Elaboration d'une stratégie de communication par l'intermédiaire des réseaux sociaux
- Signature de partenariats Jobabo avec quatre nouvelles entreprises jurassiennes
- Préparation d'une promotion à mener en début d'année 2020 destinée aux jeunes de 18 à 25 ans anciennement titulaires d'un abonnement des transports publics

#### **Coopérations nationales et internationales**

- Adhésion de Vagabond au programme pour les familles et les jeunes « SwissPass Smile »
- Participation à la mise en place de la nouvelle gouvernance pour la ligne Bienne – Delémont – Delle – Belfort

### **1.2. Groupes de travail (GT)**

Deux groupes de travail œuvrent à l'analyse technique des dossiers et projets à soumettre au comité de coordination, ainsi qu'à leur mise en place après validation par ce dernier. Il s'agit du « GT Tarif » et du « GT Marketing ». Chaque entreprise est représentée dans ces deux organes y et collabore ainsi activement au développement de Vagabond.

En fin d'année 2019, un nouveau groupe de travail dénommé « GT Répartition des recettes » a été constitué. Son mandat consiste à actualiser la clé de répartition des recettes Vagabond entre les entreprises de transport partenaires. En effet, pour pouvoir passer du système de subventionnement direct au système de compensation par le biais des indemnités du trafic régional des voyageurs (TRV), l'OFT exige que les recettes soient réparties entre les entreprises et entre les lignes selon une clé actuelle. Or, tel n'est pas le cas puisque la clé de répartition actuellement en vigueur date de 2006. Les travaux de ce groupe seront essentiellement fournis en 2020 et en 2021. En premier lieu, ils consisteront en la mise en place et la réalisation de l'enquête de structure des titres de transport (automne 2020). Le calcul de la nouvelle clé est attendu pour début 2021 et celle-ci devrait entrer en vigueur dès l'année horaire 2022.

### **1.3. 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 2019 de la CTJU. Par son rapport de révision du 3 juin 2020, le CFI a approuvé la tenue des comptes 2019 et le bouclage de ceux-ci.

## 2. Marketing et communication

### 2.1. Promotion « Free Week-end »

Afin d'encourager les clients Vagabond à utiliser les transports publics jurassiens le week-end pour leurs déplacements non-professionnels et/ou de loisirs, la promotion « Free Week-end » a été renouvelée en 2019.

Cette action consiste à permettre à toutes les personnes détentrices d'un abonnement Vagabond de circuler librement sur tout le réseau Vagabond (hors Noctambus), 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. L'action était valable du 31 mai au 1<sup>er</sup> septembre 2019.

Pour promouvoir cette offre, un spot publicitaire a notamment été diffusé sur Facebook, au cinéma Cinémont à Delémont et sur les écrans dans les bus. Des affiches A3 ont également été apposées dans les bus.



### 2.2. Spot radio sur RFJ : sponsoring de la rubrique « Inforoute »

Un spot radio a été diffusé en introduction de la rubrique « Inforoute » durant deux périodes de neuf semaines chacune. L'accent a été mis sur le produit « Jobabo » afin de toucher les personnes qui se rendent au travail, ou en reviennent, en voiture.

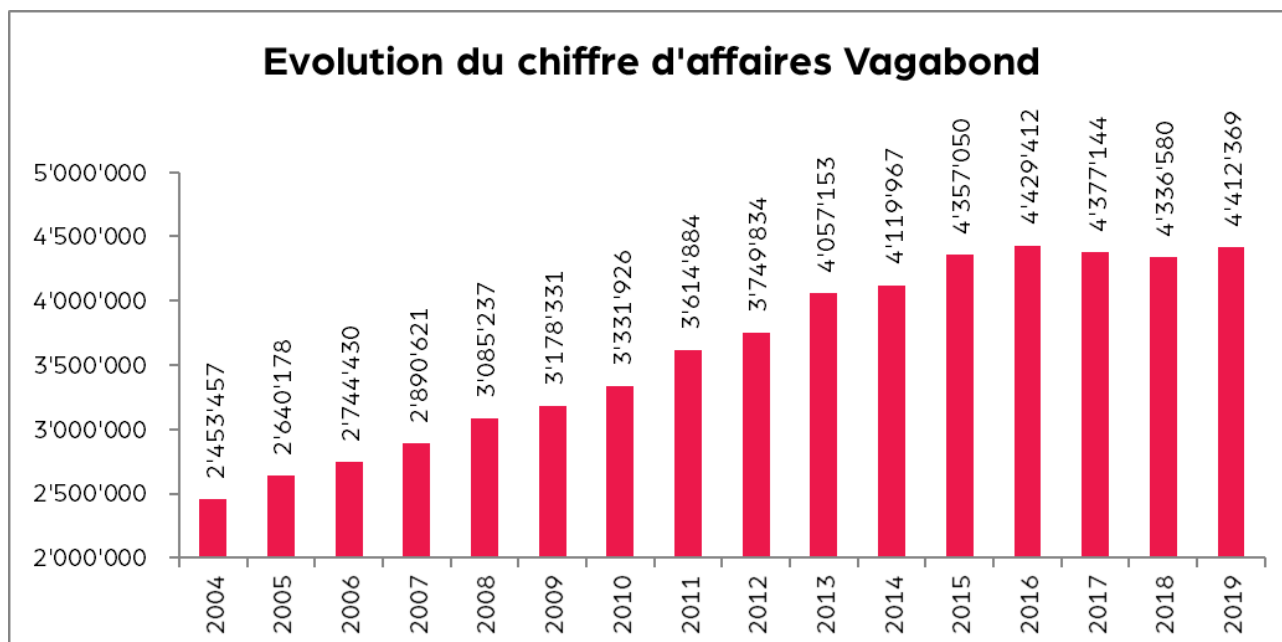
### 2.3. Action « Récupérer les clients perdus dans la tranche d'âge 18-25 ans »

Une campagne visant à récupérer d'anciens clients des transports publics âgés de 18 à 25 ans a été préparée au cours du second semestre 2019. Elle sera lancée au début de l'année 2020. Elle vise une cible très spécifique, à savoir des personnes qui ont été détentrices d'un abonnement des transports publics (AG, demi-tarif, communautaire, etc.) par le passé, mais qui n'en n'ont plus depuis au moins 6 mois.

### 3. Résultats financiers

#### 3.1. Evolution du chiffre d'affaires et répartition

En 2019, la CTJU a généré un chiffre d'affaires de CHF 4'412'369.- contre 4'336'580.- en 2018 (hors indemnité cantonale de CHF 501'280.-). Ainsi, après avoir reculé durant deux années consécutives, le chiffre d'affaires repasse au-dessus de 4,4 millions de francs, en progression de 1.7% par rapport à 2018.



Tab 1 : « Evolution du chiffre d'affaires Vagabond »

Par produit, le chiffre d'affaires se répartit de la manière suivante :

Répartition du chiffre d'affaires par produit (en CHF)	2018	2019	Evolution
Abonnements Vagabond	3'721'046.-	3'686'422.-	-0.9%
Abonnements Vagabond Plus (y. c. suppléments)	454'529.-	488'239.-	7.4%
Jobabo (y. c. participations des entreprises)	94'550.-	161'447.-	70.8%
Abonnements modulables	18'254.-	20'772.-	13.8%
Abonnements Vagabond-TER BFC	327.-	14'053.-	4'197.5%
City-Ticket Delémont	8'811.-	7'736.-	-12.2%
Autres recettes	90'189.-	93'581.-	3.8%
Remboursements	-51'426.-	-59'881.-	58.9%
<b>Total</b>	<b>4'336'580.-</b>	<b>4'412'369.-</b>	<b>1.7%</b>

Tab 2 : « Répartition du chiffre d'affaires par produit (en CHF) »

Comme cela avait déjà été le cas en 2018, le produit Jobabo et les abonnements modulables progressent fortement en 2019, respectivement de 70.8% et de 13.8% par rapport à l'année précédente. Ceci explique (et compense) la légère baisse du chiffre d'affaires du produit Vagabond « de base ». Après plusieurs années de baisse, les ventes des abonnements intégrant le réseau Noctambus (Vagabond+) ont, elles, progressé (+7.4% par rapport à 2018). Enfin, les abonnements transfrontaliers Vagabond – TER BFC introduits en décembre 2018 ont généré un chiffre d'affaires de CHF 14'053, constitué par la vente de trois abonnements annuels et de 75 abonnements mensuels.

### 3.2. Répartition du chiffre d'affaires par entreprise

Le chiffre d'affaires a été réparti entre les divers partenaires de la CTJU sur la base de la clé en vigueur. Le tableau ci-dessous présente les montants versés à chaque partenaire :

Répartition du chiffre d'affaires total Vagabond par entreprise de transport (en CHF)	2018	2019	Parts
CFF	2'151'319.-	2'190'147.-	49.6%
CarPostal	1'491'216.-	1'516'922.-	34.4%
CJ	478'356.-	486'034.-	11.0%
CJ Auto	132'700.-	135'091.-	3.1%
Municipalité de Delémont (TUD)	72'990.-	74'175.-	1.7%
Municipalité de Porrentruy (TUB)	10'000.-	10'000.-	0.2%
<b>Total</b>	<b>4'336'580.-</b>	<b>4'412'369.-</b>	<b>100.0%</b>

Tab 3 : « Répartition du chiffre d'affaires total Vagabond par entreprise de transport (en CHF) »

### 3.3. Compte de fonctionnement

En 2019, les coûts de fonctionnement se sont élevés à CHF 302'274.-, inférieurs de CHF 20'450.- par rapport à l'année 2018. Le tableau ci-dessous en présente le détail par rubrique.

Détail du compte de fonctionnement (en CHF)	2018	2019	Evolution
Mandat de gestion de l'entreprise gérante	53'850.-	53'850.-	0.0%
Mandat de gestion pour la promotion	92'762.-	92'762.-	0.0%
Technique et Distribution	78'419.-	48'032.-	-38.7%
Marketing et Communication	94'823.-	99'796.-	5.2%
Projets	0.-	5'193.-	-
Frais administratifs / révision / divers	2'870.-	2'641.-	-8.0%
<b>Total</b>	<b>322'724.-</b>	<b>302'274.-</b>	<b>-6.3%</b>

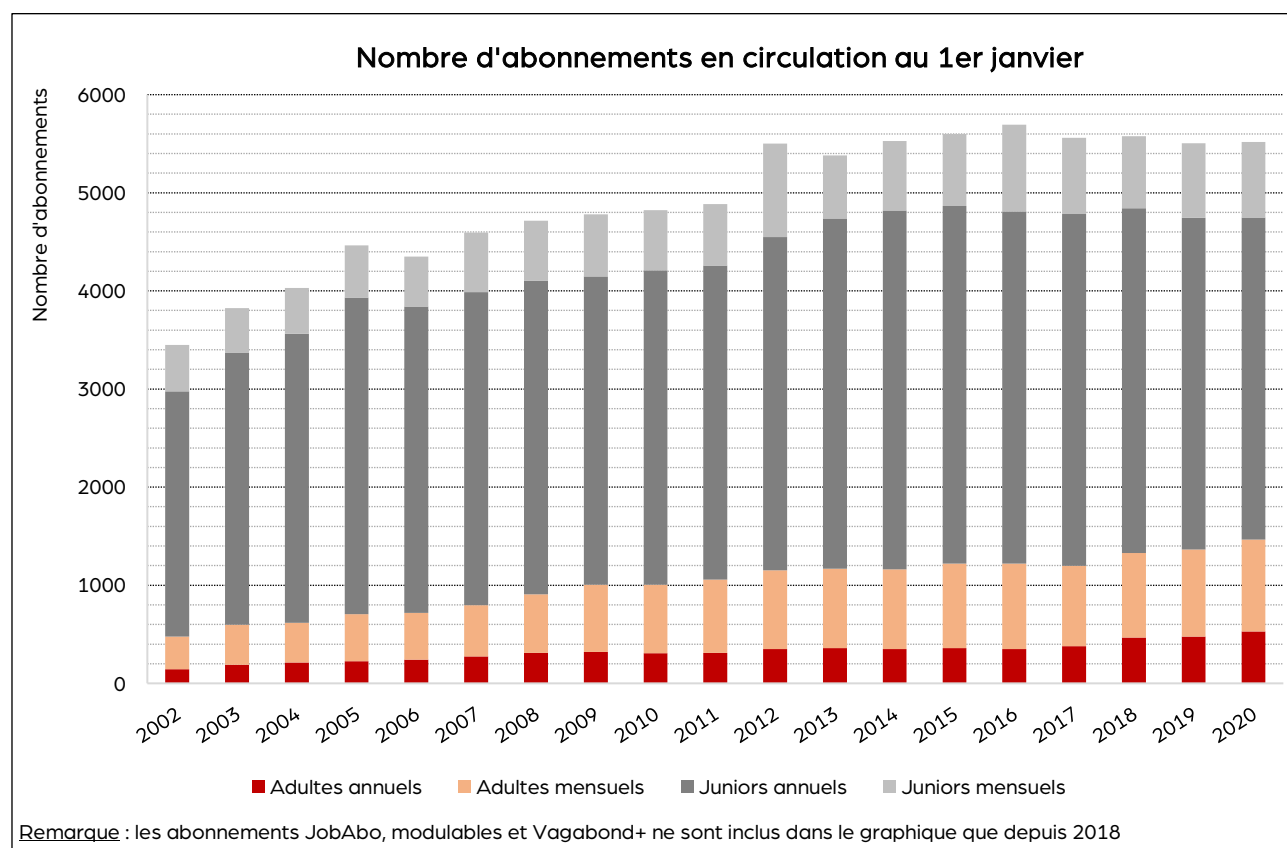
Tab 4 : « Détail du compte de fonctionnement (en CHF) »

Les principales variations par rapport à 2018 sont les suivantes :

- Les frais liés au projet SwissPass et à la production des cartes se sont avérés être inférieurs aux prévisions car, d'une part, le groupe de projet national est parvenu à réduire les coûts, et, d'autre part, le passage de « l'ancien monde » (carte plastique blanche Vagabond) au « nouveau monde » (carte SwissPass) s'est révélé plus avantageux que prévu. Pour Vagabond, cela représente une économie de CHF 30'387.-.
- Le montant de CHF 5'193.- dans la rubrique « Projets » concerne le projet de révision de la clé de répartition des recettes et aux travaux réalisés par Rapp Trans en 2019.

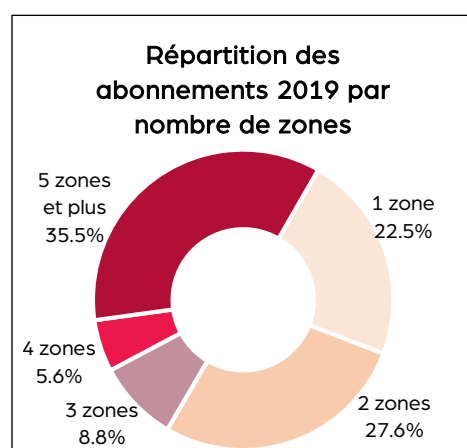
#### 4. Evolution des ventes

Au 1<sup>er</sup> janvier 2020 l'on dénombreait 5518 abonnements en circulation, soit 13 de plus qu'une année auparavant (+0.2%).



Tab 5 : « Nombre d'abonnements en circulation au 1<sup>er</sup> janvier »

L'on dénombreait 3813 abonnements annuels au 1<sup>er</sup> janvier 2020, soit 69% du total des abonnements en circulation. Ils ont toutefois reculé de 1.1% par rapport à l'année précédente. Les abonnements mensuels, au nombre de 1705 et représentent 31% du total des abonnements en circulation, ont pour leur part progressé de 3.3% par rapport à l'année précédente. Les abonnements annuels ont pour leur part reculé de 1.1%. L'on relève toutefois des tendances différenciées entre les « juniors », en recul de 2.9%, et les « adultes » qui ont pour leur part progressé de 11.1%. Globalement, les abonnements adultes représentent 26.5% du total des abonnements en circulation au 1<sup>er</sup> janvier 2020, contre 24.8% une année plus tôt.



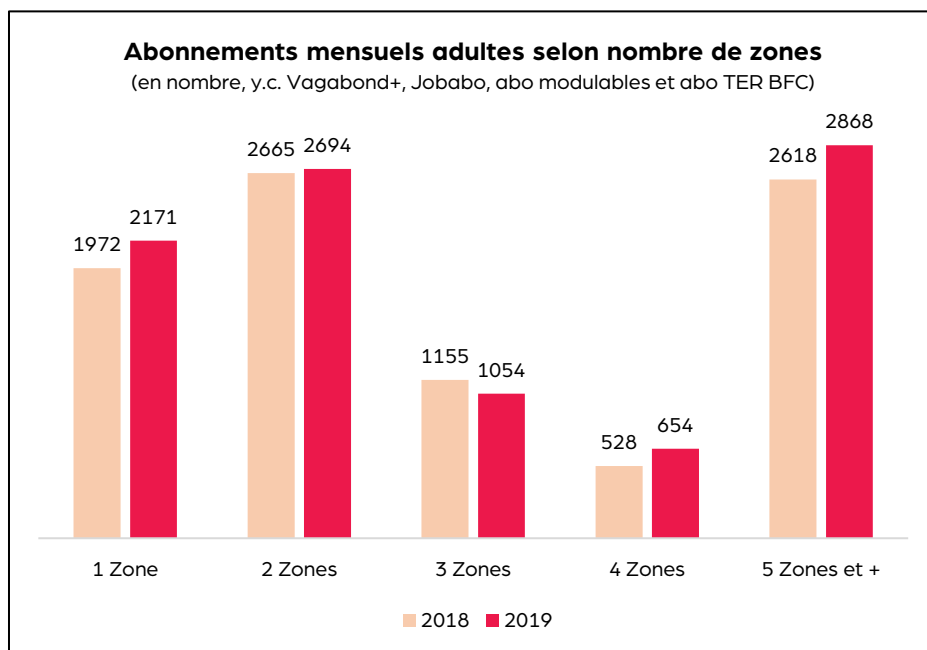
Tab 6 : « Répartition des abonnements 2019 par nombre de zones »

Globalement, les proportions de la structure des abonnements selon leur rayon de validité ne changent pas en 2019 par rapport à 2018 : 35.5% des abonnements Vagabond vendus en 2019 sont valables sur l'intégralité du réseau (35.0% en 2018). Les abonnements valables sur deux zones viennent en seconde position avec 27.6% des ventes (28.0% en 2018). Les abonnements valables sur une seule zone représentent 22.5% des abonnements, comme en 2018. Les abonnements valables sur trois zones voient leur proportion diminuer très légèrement à 8.8% contre 9.4% en 2018, alors que ceux valables sur quatre zones progressent, passant d'une part de 5.0% en 2018 à 5.6% en 2019.



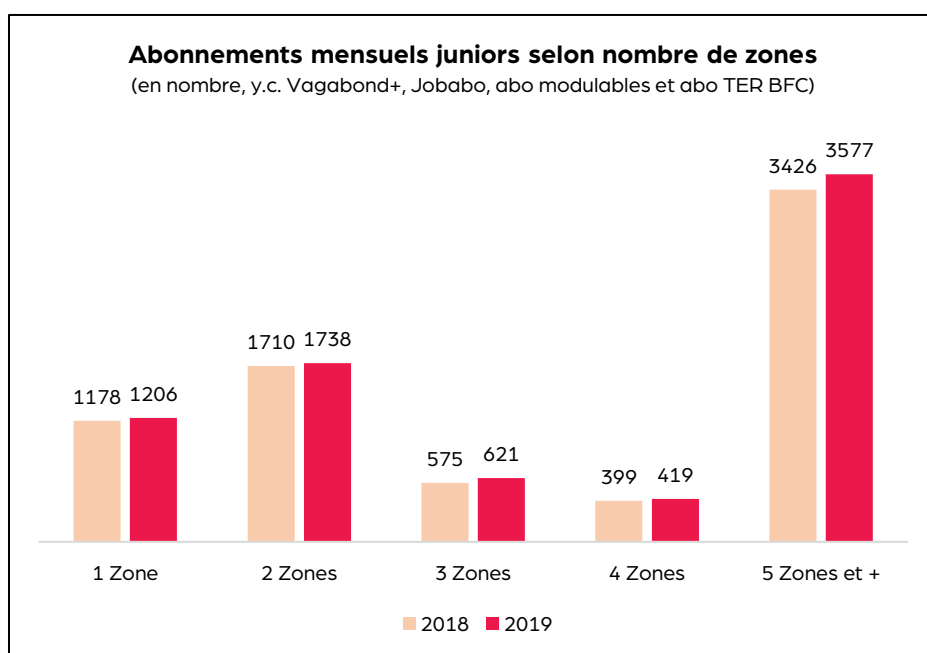
#### 4.1. Abonnements mensuels

Globalement, les ventes d'abonnements mensuels ont progressé de 776 unités par rapport à 2018 (+4.8%), à raison de +503 abonnements adultes (+5.6%) et +273 juniors (+3.7%).



Tab 7 : « Abonnements mensuels adultes selon nombre de zones »

personne souscrivant à un tel abonnement en achète dix par année, cela représente près de 300 personnes différentes. Cela interpelle en relation avec le nombre total d'abonnements adultes en circulation au 01.01.2020 (529 selon Tab. 5 en page 8). Sans doute une très grande partie des clients souscrivant à des abonnements mensuels le font en raison du coût de l'abonnement annuel et de l'impossibilité de le payer par acomptes. Ces résultats semblent toutefois démontrer qu'un potentiel existe, et il serait dans l'intérêt de tous – clients et entreprises de transports – de l'exploiter, en offrant par exemple la possibilité de payer les abonnements annuels par mensualités.



Tab 8 : « Abonnements mensuels juniors selon nombre de zones »

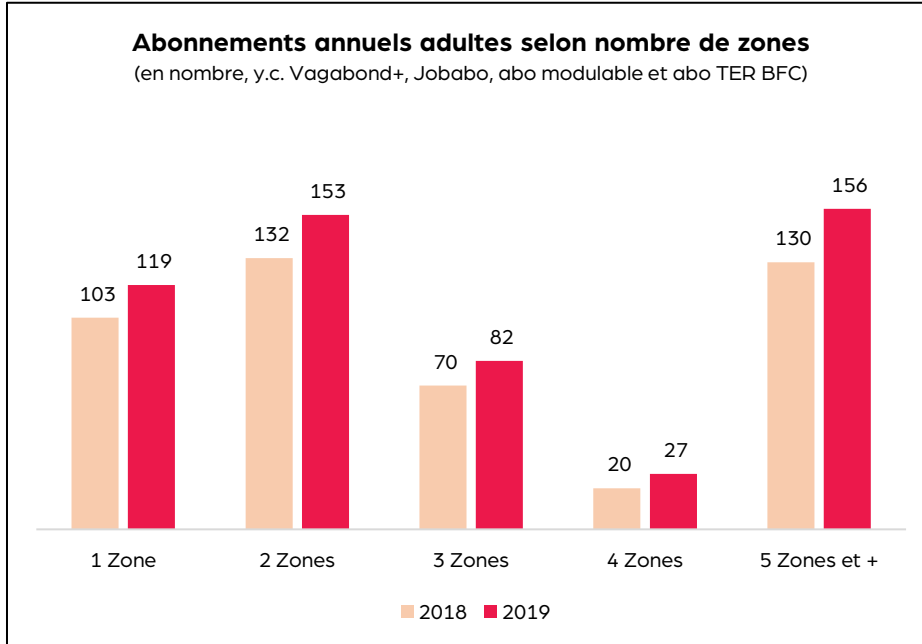
raient un abonnement annuel et se déplaceraient encore davantage en transports publics.

A l'exception des abonnements valables sur trois zones, les abonnements mensuels adultes progressent dans chaque catégorie, de manière particulièrement remarquable dans la catégorie « toutes zones », avec 250 unités supplémentaires par rapport à 2018 (+9.5%). Cette catégorie est aussi la plus vendue, avec 2868 unités ; elle est également la plus onéreuse. Partant de l'hypothèse que chaque

Au niveau des abonnements juniors, chaque catégorie progresse. Ici aussi, la catégorie la plus vendue est celle donnant l'accès à toutes les zones : près de 3600 titres de ce type ont été vendus en 2019, en progression de 4.4% par rapport à 2018. Cela représente potentiellement quelque 400 personnes différentes qui, pouvant bénéficier de la possibilité de payer l'abonnement par acomptes ou acheter-

#### 4.2. Abonnements annuels

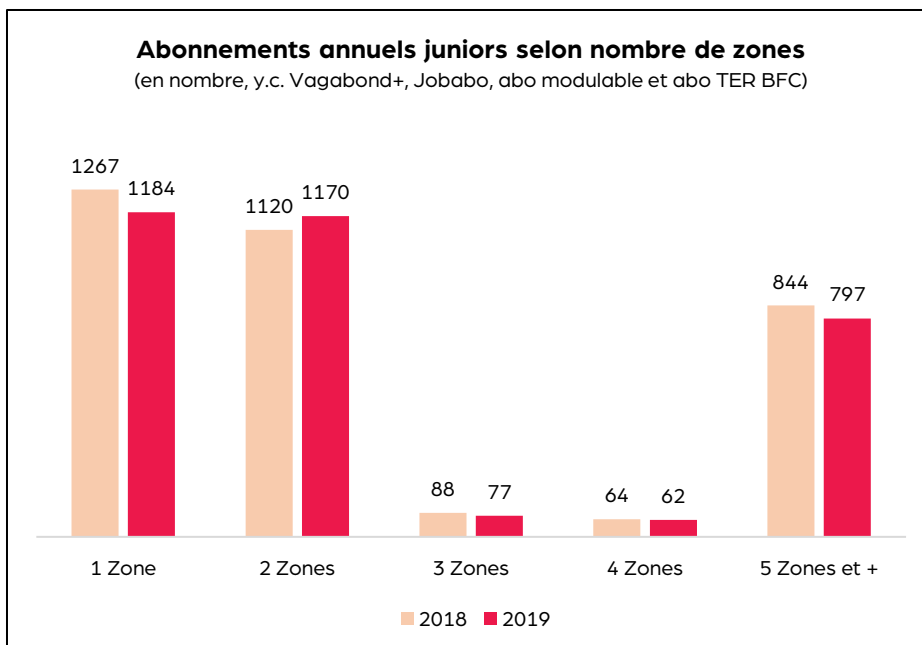
Globalement, il a été vendu 11 abonnements annuels de moins en 2019 qu'en 2018 (-0.3%). Les évolutions sont différenciées entre les abonnements adultes et juniors. Les premiers cités ont enregistré une augmentation des ventes de 82 unités (+18.0%), dont la moitié provient de Jobabo. Dans le segment « juniors » les ventes ont reculé de 93 unités (-2.7%).



Tab 9 : « Abonnements annuels adultes selon nombre de zones »

Par nombre de zones, l'on constate que les toutes les catégories d'abonnements adultes ont augmenté de plus de 15% ! La catégorie des abonnements toutes zones est celle qui progresse le plus fortement, avec 26 unités supplémentaires par rapport à 2018 (+20.0%). Cette catégorie d'abonnements devient ainsi la plus vendue des abonnements annuels du segment des adultes avec 156 unités. Les abonnements valables sur deux zones suivent avec 153 unités vendues en 2019 (+16.0% par rapport à 2018).

Par nombre de zones, l'on constate que les toutes les catégories d'abonnements adultes ont augmenté de plus de 15% ! La catégorie des abonnements toutes zones est celle qui progresse le plus fortement, avec 26 unités supplémentaires par rapport à 2018 (+20.0%). Cette catégorie d'abonnements devient ainsi la plus vendue des abonnements annuels du segment des adultes avec 156 unités. Les abonnements valables sur deux zones suivent avec 153 unités vendues en 2019 (+16.0% par rapport à 2018).



Tab 10 : « Abonnements annuels juniors selon nombre de zones »

Dans le segment des juniors, seuls les abonnements valables dans deux zones progressent par rapport à 2018 (+4.4%). Les abonnements valables sur tout le périmètre de Vagabond accusent le recul le plus important (-15.6%).

### 4.3. Autres produits de la communauté tarifaire

#### o **Vagabond+**

Pour la première fois depuis trois ans, les ventes des abonnements comprenant le réseau du Noctambus jurassien ont évolué positivement par rapport à l'année précédente. Les recettes générées par ce produit ont en effet augmenté de 7.4%. Les abonnés « juniors » représentent toujours la majorité des clients de ce produit, avec plus de 90% des ventes.

#### o **Jobabo**

En 2019, les ventes de Jobabo annuels ont progressé de 69 unités, soit 68.3% de plus que l'année précédente. Au niveau des recettes, l'augmentation est de +64.9%.

D'autre part, il a été introduit en 2019 un abonnement Jobabo « test » valable un mois et permettant d'expérimenter les transports publics pour les déplacements domicile-travail. En 2019, ce sont 39 personnes qui ont profité de cette opportunité.

#### o **Abonnements modulables**

En 2019, ce sont 162 abonnements modulables mensuels et 19 annuels qui ont été vendus, principalement dans le segment adulte (env. 70%). Au total, cela représente une augmentation de 13.3% en 2019 par rapport à 2018. Ce produit, combinant la ou les zones 10 et/ou 20 de Vagabond à un abonnement de parcours et/ou de zone(s) d'autres communautés tarifaires, enregistre une évolution positive pour la deuxième année consécutive. Les trois relations les plus vendues sont les suivantes :

- Delémont – Bâle CFF (39% des ventes)
- Delémont – Biel/Bienne (36% des ventes)
- Delémont – Malleray-Bévilard (6% des ventes)

Le nombre relativement faible d'abonnements vendus en regard du nombre de pendulaires jurassiens travaillant dans les régions de Bâle, Granges et Bienne interpelle. Une analyse des abonnements de parcours subsistant devrait être réalisée afin de s'assurer que la clientèle continue d'acheter des abonnements de parcours en parfaite connaissance de cause et non pas par méconnaissance du produit « abonnement modulable ».

#### o **Abonnement transfrontalier Vagabond – TER RBFC**

L'abonnement transfrontalier Vagabond – TER BFC est en vente depuis le 9 décembre 2018, date de la réouverture de la ligne ferroviaire Delle – Belfort. En 2019, première année d'existence de ce produit, 75 abonnements mensuels et 3 abonnements annuels ont été vendus. Ces résultats, ainsi que ceux de la fréquentation, sont en-deçà des attentes. Des efforts devront être fournis par les différents partenaires pour améliorer l'offre horaire de la ligne, la gamme tarifaire ainsi que la promotion. Dans cette perspective, une gouvernance réunissant les différents acteurs concernés a été mise en place en fin d'année 2019.

## 5. Perspectives, défis et opportunités 2020

Les résultats des ventes de l'année 2019 devront guider les activités et actions à entreprendre en 2020. Les potentialités qu'offrirait le paiement des abonnements annuels par mensualités méritent d'être analysées et estimées. La faisabilité technique doit également être évaluée. Une offre « test » sur une période déterminée pourrait permettre de « sonder le terrain ».

L'évolution réjouissante du Jobabo démontre que cette offre répond à une réelle attente et aux besoins. La prise de conscience vis-à-vis de l'urgence climatique et la responsabilisation de la population et des employeurs pour mettre en place des solutions visant à réduire l'impact sur l'environnement constituent des éléments favorables au développement de produits tels que le Jobabo. Il conviendra à l'avenir de poursuivre la promotion de ce produit, particulièrement dans les districts de Porrentruy et des Franches-Montagnes, régions dans lesquelles encore très peu d'entreprises proposent ce produit.

Le produit « abonnements modulables » devrait faire l'objet d'une analyse devant permettre de s'assurer que son manque de succès ne soit pas dû à une méconnaissance du produit de la part des utilisateurs. Si tel devait néanmoins être le cas, une communication spécifique et ciblée devrait être entreprise auprès des détenteurs d'abonnements de parcours afin de leur présenter le produit « abonnement modulable » et les avantages qu'il procure.

Une année après sa mise en service, la ligne ferroviaire transfrontalière Bienne – Delémont – Delle – Belfort n'a pas encore trouvé sa clientèle. Certes, l'offre de transport n'est pas idéale. Mais l'offre tarifaire non plus. La gouvernance mise en place en 2019 vise notamment à améliorer ces deux aspects. Il est attendu un fort engagement de Vagabond dans cette gouvernance. Il devra se matérialiser par la soumission de propositions concrètes. La mise en place d'un abonnement Jobabo transfrontalier pourrait être l'une d'elles et mérite d'être analysée. Dans le même sens, des mesures de promotion communes avec la Région Bourgogne-Franche-Comté doivent être envisagées.

Enfin, l'année 2020 sera celle de la concrétisation du projet de recalcul de la clé de répartition des recettes. Les bases du projet devront être posées pour permettre la réalisation de l'enquête de structure des titres de transport à l'automne 2020, première grande étape du projet, qui nécessitera un engagement important de la part de chaque entreprise.

Antonio Massa  
Président du Comité de coordination

Sacha Calegari  
Responsable opérationnel

Delémont, le 2 décembre 2020