

Étude de cas

Nouveau modèle de réduction
dans la communauté
tarifaire A-Welle: Numérique,
flexible et plus avantageux.



FAIRTIQ

FAIRTIQ

Nouveau modèle de réduction dans la communauté tarifaire A-Welle: Numérique, flexible et plus avantageux.

Dans le cadre d'une expérimentation conjointe, la communauté tarifaire A-Welle (Argovie, Suisse) et FAIRTIQ ont développé et testé de nouveaux modèles de rabais numériques, spécialement à l'intention des voyageur-euses occasionnels et réguliers pour lesquels la souscription d'un abonnement n'est pas rentable. L'objectif était de mieux répondre à l'évolution des besoins de la clientèle et d'augmenter la fréquentation des transports publics grâce à des offres intéressantes et des solutions numériques modernes. Les résultats montrent qu'un rabais calculé en fonction des dépenses totales du mois en cours conduit à une utilisation plus fréquente des transports publics tout en générant des recettes supplémentaires pour la communauté tarifaire. Sur la base de ces conclusions, la communauté tarifaire A-Welle a décidé d'introduire le nouveau système de rabais « premyo » dans l'application FAIRTIQ à partir du 1er décembre 2024. L'étude ci-après décrit les enjeux, les solutions envisagées et les résultats remarquables de l'expérimentation menée.



« Notre clientèle a manifestement adopté le système de billetterie automatique, en l'occurrence grâce à l'application FAIRTIQ. Avec FAIRTIQ, nous avons trouvé un partenaire qui nous a permis de réaliser une expérimentation à très court terme, au cours duquel deux modèles de réductions différents ont pu être testés .»

Christine Neuhaus, directrice de la communauté tarifaire A-Welle

À propos du partenaire : la communauté tarifaire A-Welle

La communauté tarifaire A-Welle, qui couvre le canton d'Argovie et une partie du canton de Soleure, propose une large offre de transport pour les usager·ères quotidiens, les voyageur·euses occasionnels et les touristes. Depuis septembre 2017, les billets pour le réseau A-Welle peuvent être achetés avec l'application FAIRTIQ selon le mode « check-in/check-out ». Quatre ans après cette étape, la communauté tarifaire a introduit, pour la première fois en Suisse, le plafonnement mensuel (angl. « capping »), une offre intéressante pour les usager·ères réguliers qui n'avaient plus envie d'acheter un abonnement en raison de la pandémie de Covid et, plus généralement, d'un changement de comportement en matière de mobilité. L'objectif du test de marché était de mettre à l'évidence des solutions permettant de mieux répondre aux nouveaux besoins de la clientèle, en particulier à ceux des voyageur·euses occasionnels ou réguliers qui n'atteignent pas le seuil d'abonnement.



Offre disponible pour les voyageur·euses fréquents : le plafonnement mensuel

Dès lors que les voyageur·euses de la communauté tarifaire A-Welle ont atteint le plafond mensuel de leur abonnement, la différence de trajet est comptabilisée sous la forme d'un crédit pour le mois suivant. Les usager·ères sont ainsi incités à effectuer davantage de trajets. Suite à une première expérimentation concluante, le projet a été prolongé fin 2023 pour une durée indéterminée.

Enjeu : optimisation de la structure tarifaire pour les usager·ères n'atteignant pas le seuil d'abonnement

La communauté tarifaire A-Welle est confrontée à un double enjeu, à savoir mieux répondre aux besoins des voyageur·euses pour lesquels l'abonnement n'est pas rentable, et fidéliser la clientèle. Mais d'autres défis sont également à relever :

Modèles de tarification dépassés

Entre les abonnements inflexibles et les billets unitaires coûteux, les systèmes tarifaires classiques n'offrent souvent pas de possibilités intéressantes pour les usager·ères occasionnels. En conséquence, de nombreux usager·ères potentiels restent à l'écart des transports publics car les options de billetterie disponibles ne correspondent pas à leurs besoins.

Flexibilité et fidélisation de la clientèle insuffisantes

Les systèmes de rabais actuels n'incitent que de manière marginale à une utilisation récurrente. Il manque des incitations spécifiques pour fidéliser davantage les usager·ères fréquents qui n'ont pas d'abonnement et les motiver à utiliser plus souvent les transports publics.

La numérisation s'impose

La vente physique de billets est coûteuse, inefficace et, en définitive, obsolète. Pour rendre les processus de vente plus efficaces et augmenter l'intérêt des transports publics aux yeux des voyageur·euses, il est indispensable de poursuivre la numérisation.

La solution : une expérimentation pour tester de nouveaux modèles de réductions

FAIRTIQ et la communauté tarifaire A-Welle ont mené, de mars à juillet 2024, une expérimentation visant à étudier des modèles de rabais numériques inédits. Les objectifs du test ont été les suivants :



Créer des offres intéressantes

Les passager·ères sans abonnement doivent bénéficier d'une véritable alternative aux billets individuels existants, souvent plus chers, qui soit simple d'utilisation et qui les incite à effectuer davantage de trajets.



Mettre en œuvre une transformation numérique des anciens modèles de rabais

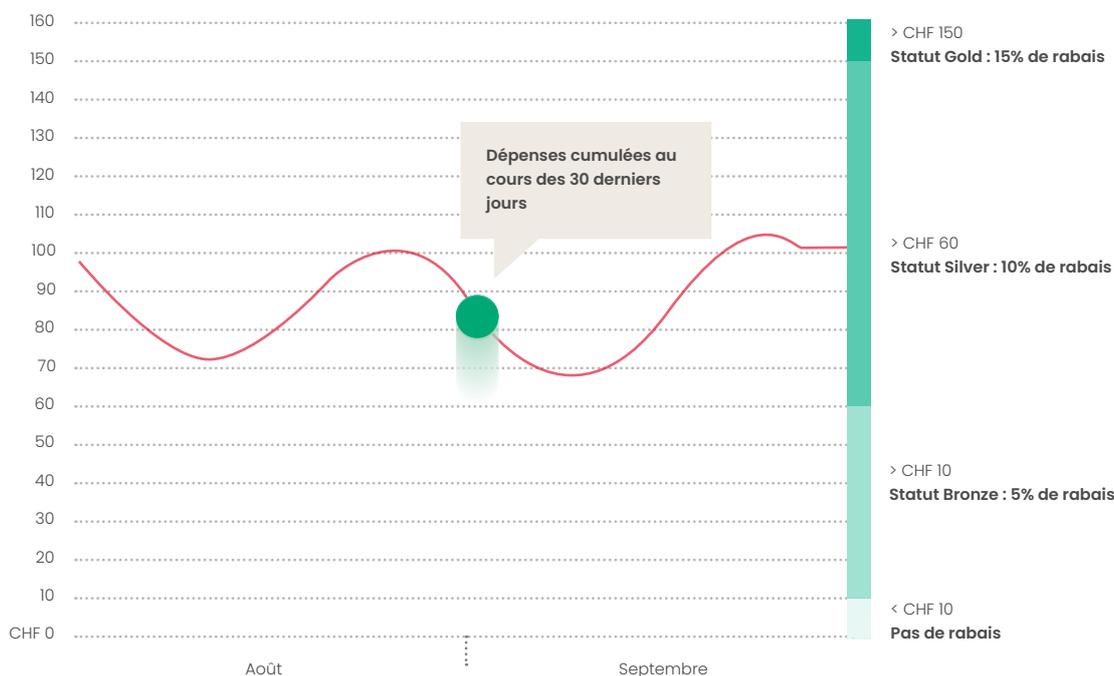
Les anciennes cartes multicourses sur support papier doivent céder la place à des versions numériques attrayantes et simples à utiliser via l'application FAIRTIQ.



Méthodologie et structure du test

Le test de marché a été mené selon une démarche expérimentale. À cette fin, un échantillon d'usager-ères de FAIRTIQ au sein de la communauté tarifaire A-Welle a été réparti en trois groupes : deux groupes de test, qui ont testé différents modèles de rabais, et un groupe de contrôle sans rabais. Les deux modèles testés comportaient différents paliers de rabais. Le palier supérieur pouvait être atteint en effectuant davantage de trajets. En dehors de cela, des différences notables caractérisent les modèles :

Rabais roulant



Le rabais est basé sur le total des dépenses effectuées au cours des 30 derniers jours. Une fois le palier supérieur atteint, le rabais reste constant.

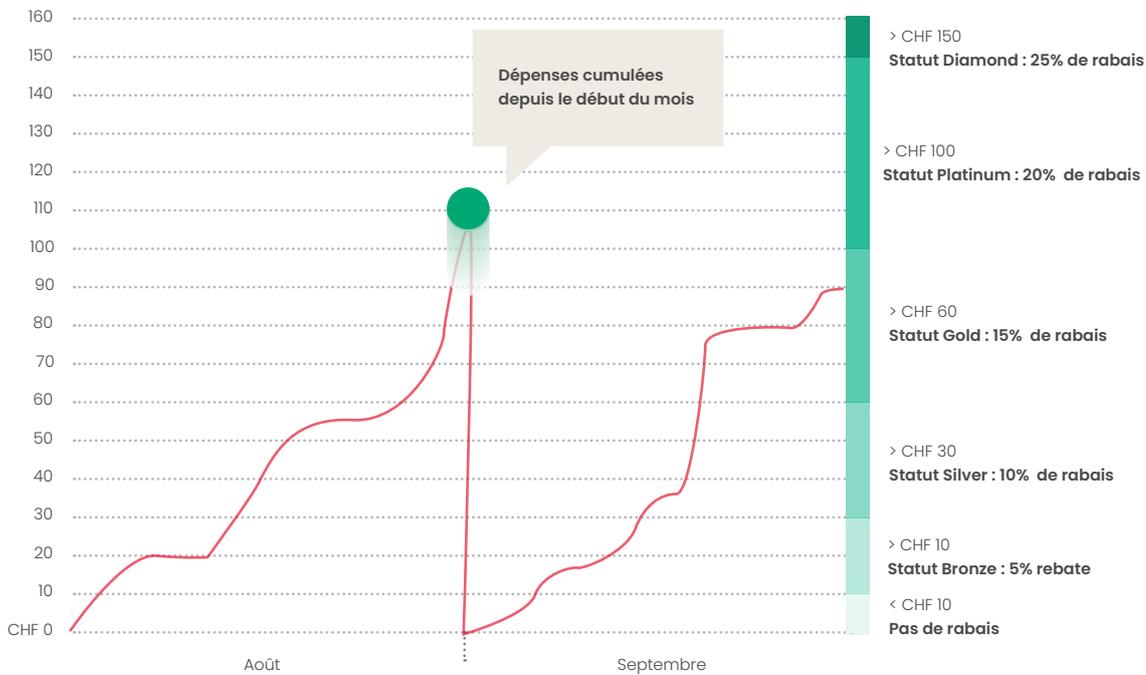


Incitation à la continuité

Fonctionnant de manière comparable à un « Streak » ou un « Status », le rabais est maintenu par une utilisation continue : les personnes qui voyagent quotidiennement en transports publics bénéficient d'une réduction ininterrompue.

Rabais mensuel

Le rabais est basé sur les dépenses totales du mois calendaire en cours. Au début de chaque mois, le rabais est réinitialisé.



L'effet de « Ludification »

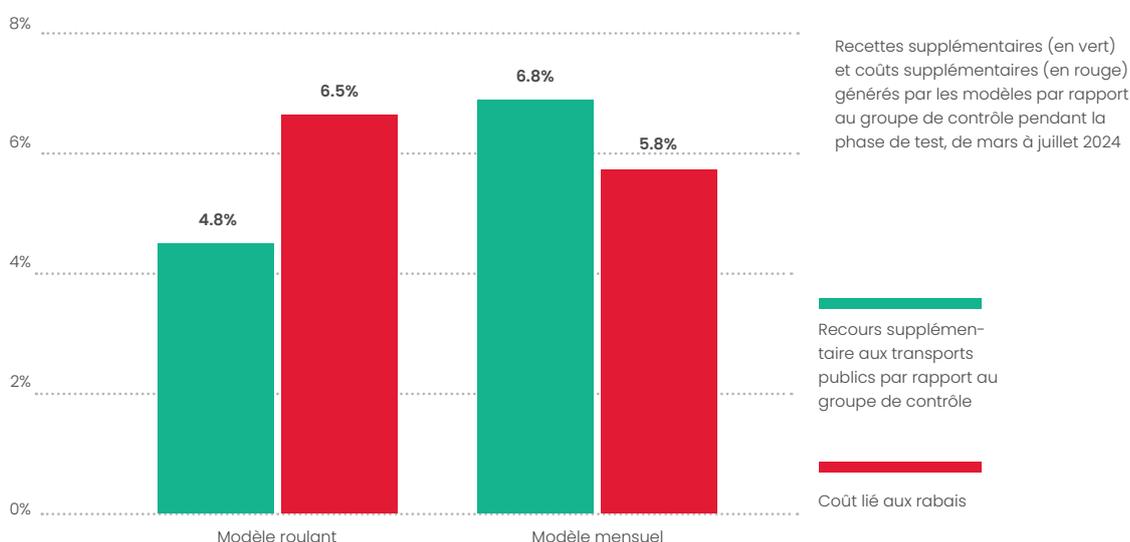
Différents paliers de rabais peuvent être atteints. Chaque mois les usager·ères sont encouragés à utiliser les transports en commun pour atteindre un palier de rabais supérieur.





Et le gagnant est : le rabais mensuel

Les résultats du test de marché ont fourni des informations précieuses sur le comportement des usager·ères ainsi que sur la rentabilité des modèles testés :



Accroissement de l'affluence

La comparaison avec le groupe de contrôle montre que les deux modèles de réduction se traduisent par une augmentation considérable de la fréquentation des transports publics. Le modèle mensuel, en particulier, s'est avéré être une incitation efficace à effectuer des trajets supplémentaires et fidéliser la clientèle.

Rentabilité du modèle mensuel

L'évaluation économique des modèles est basée sur le rapport entre le coût lié aux rabais et le chiffre d'affaires supplémentaire réalisé. Alors que le modèle roulant ne permet pas de couvrir les coûts, le modèle mensuel, quant à lui, s'avère largement rentable : l'augmentation des coûts liée au rabais, à hauteur de 5,8 %, est compensée par un chiffre d'affaires supplémentaire de 6,8 %. Ce résultat montre que l'offre de rabais est rentable pour la communauté tarifaire A-Welle !

Réactions positives de la part de la clientèle

Les commentaires des usager·ères ont été extrêmement favorables. Le modèle de rabais a été spontanément évoqué comme une alternative à la carte multicourses et beaucoup ont apprécié la simplicité et la flexibilité de la solution numérique.

Avantages des modèles numériques de rabais

Les résultats de l'étude de marché montrent que les modèles numériques de rabais offrent des avantages évidents aux sociétés de transport et à leurs usager-ères. Parmi les principaux avantages, on peut citer :



Fidélisation de la clientèle

Les rabais attrayants, conjugués à la facilité d'utilisation de l'application FAIRTIQ, incitent à réitérer les trajets et favorisent la fidélisation des usagers des transports en commun.



Optimisation des offres grâce à l'analyse comportementale

La numérisation des rabais permet de mieux comprendre le comportement des passager-ères et d'optimiser en permanence les modèles tarifaires.



Augmentation du nombre de trajets et des recettes

Les rabais incitent les usager-ères à se déplacer plus souvent en bus ou en train, ce qui se traduit par des recettes supplémentaires pour les entreprises de transport.



Renforcement de l'attrait des transports régionaux de voyageurs

Les rabais numériques rendent les transports publics plus attrayants, en facilitent l'accès et accroissent la satisfaction des usager-ères, aussi bien du côté des passagers occasionnels que réguliers.



Flexibilité de l'offre

Contrairement aux cartes multicourses classiques liées à des zones, le nouveau modèle ne tient pas compte de tels critères géographiques. En lieu et place, les modèles de rabais sont basés sur le montant des dépenses, ce qui permet une offre plus souple et plus personnalisée.



Perspectives d'avenir : introduction du modèle de rabais « premyo »

Vu les résultats positifs du test de marché, la communauté tarifaire A-Welle a décidé de supprimer les rabais sur les cartes multicourses physiques et de proposer en lieu et place le nouveau modèle numérique « premyo » par l'intermédiaire de l'application FAIRTIQ. La nouvelle offre est désormais ouverte à tous les passager-ères et s'adresse également de manière ciblée aux nouveaux client-es.



Aperçu du modèle « premyo »

À partir du 1er décembre 2024, les passager-ères utilisant l'application FAIRTIQ dans la zone couverte par le réseau A-Welle bénéficieront de rabais allant jusqu'à 25 %. L'ampleur du rabais dépend de l'utilisation des transports publics au cours du mois calendaire concerné. Plus les passager-ères se déplacent en bus et en train, plus le rabais accordé est important. Cette formule, qui permet une utilisation toute en souplesse sans obligation d'abonnement à long terme, s'adresse donc également aux usager-ères pour lesquels la souscription d'un abonnement n'est pas rentable.



Objectif parallèle du nouveau modèle de rabais

Outre une plus forte fidélisation de la clientèle et un accroissement de l'attrait des transports publics, tant pour les usager-ères réguliers qui n'atteignent pas le seuil d'abonnement que pour les voyageur-euses occasionnels, « premyo » vise à encourager l'utilisation de solutions de billetterie numérique tout en réduisant la nécessité de se procurer de traditionnels titres de transport imprimés. L'accès numérique offre une alternative facile d'utilisation et économe en papier. De plus, l'offre numérique permet de s'affranchir des coûts liés à l'achat et à la maintenance d'infrastructures coûteuses telles que les distributeurs de billets et dispositifs de validation, ainsi que de la vente de billets par le personnel des bus.



« La collaboration avec A-Welle montre comment FAIRTIQ aide les systèmes tarifaires régionaux à développer des solutions innovantes et conviviales pour les clients. Celles-ci favorisent une utilisation plus fréquente, génèrent davantage de revenus et renforcent la pérennité des transports publics. »

Luise Rohland, Chief Product and Marketing Officer, FAIRTIQ

Pourquoi FAIRTIQ ?

La collaboration avec FAIRTIQ a offert des avantages décisifs à la communauté tarifaire A-Welle :



Une analyse de données précieuse pour les modèles futurs

La coopération permet d'analyser les données collectées et de les traiter pour le développement de modèles tarifaires inédits.



Démonstration de la rentabilité des modèles de rabais

Le test de marché a démontré que les modèles de rabais peuvent être rentables et justifient donc un investissement dans de tels tests.



Optimisation des revenus

Les rabais novateurs permettent de générer davantage de recettes tout en accroissant la rentabilité.



Un savoir-faire en matière d'expérimentation tarifaire

FAIRTIQ apporte un vaste savoir-faire en matière d'expérimentation tarifaire et peut mettre en œuvre des tests de marché à faible échelle, pour des résultats mesurables avec précision - grâce à une répartition aléatoire entre les groupes test et témoin.



Communication directe avec les usager·ères

Grâce à FAIRTIQ, A-Welle peut entrer en contact avec les usager·ères et ainsi réagir rapidement à leurs commentaires ou les encourager à effectuer davantage de trajets grâce à des messages push automatisés.



Souplesse de la conception des tests

FAIRTIQ est en mesure de réagir très rapidement aux changements, lorsque cela est nécessaire, et d'adapter avec souplesse la conception des tests aux besoins du partenaire.



Et que pouvons-nous faire pour vous ?

L'idée de tester un modèle similaire dans votre région vous intéresse ?

Découvrez de quelle manière vous pourrez, avec nous, rendre votre offre de transport public encore plus novatrice, simple d'accès et économique.

sales@fairtiq.com