

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2022

frimobil

Abonnez-vous à la simplicité / Einfach unterwegs



Remarques préliminaires

Au niveau du marché Frimobil, la communauté tarifaire peut qualifier l'année 2022 d'année de reprise et peut définitivement tourner la page de la Covid-19.

Certes, le début de l'année a encore été marqué par la cinquième vague de Covid-19 (variant Omicron et règle des 2G pour geimpft et genesen, c'est-à-dire vacciné ou guéri). Toutefois, depuis mars, la clientèle a fait son grand retour. La tendance s'est confirmée au fil des mois.

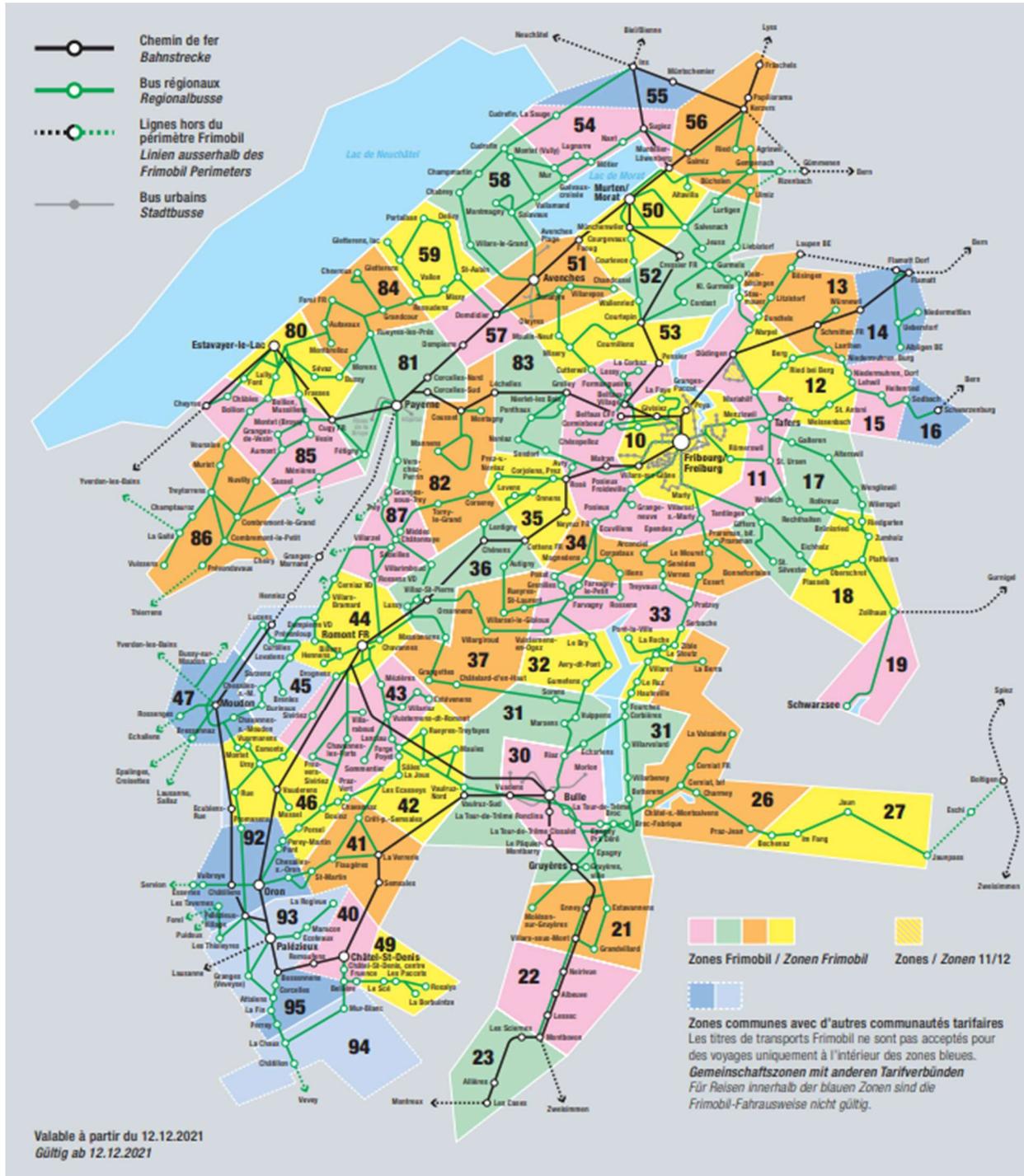
Grâce au développement de l'assortiment (JobAbo et FlexiAbo) et aux mesures marketing mises en place tout au long de l'année pour retrouver les abonné·e·s, Frimobil a terminé l'année avec un chiffre d'affaires de 6.4% supérieur à 2019 (et 12.8% supérieur à 2021). Cet excellent résultat est également dû d'une part à l'augmentation de la vente des abonnements pour les écoliers (clients « captifs ») et d'autre part, à la reprise des ventes de billets et cartes journalières spécialement en tarif réduit. Cela suit la tendance de vente des abonnements demi-tarif.

Au niveau de la branche, le record du chiffre d'affaires de 2019 est battu en 2022 de 4%. Le principal facteur expliquant cette hausse est la tendance à préférer les billets unitaires aux titres de transport forfaitaires tels que l'AG et les abonnements communautaires. Déjà en 2021, les entreprises de transport et les communautés avaient vendu plus de 10 % de plus de titres de transport qu'en 2019, bien que le chiffre d'affaires fût presque un milliard inférieur. L'année dernière, ce sont quelque 220 millions de billets et d'abonnements qui ont été vendus. Par rapport à 2019, cela représente une hausse de 47%.

À propos de la communauté tarifaire intégrale fribourgeoise « Frimobil »

Frimobil, la Communauté Tarifaire Intégrale Fribourgeoise (CTIFR) du canton de Fribourg et de la Broye vaudoise a pour rôle d'harmoniser les tarifs entre les différentes entreprises de transport qui circulent dans son périmètre. Elle a accompli en 2022 sa 16^e année depuis sa création en 2006.

Plus de 300'000 habitants ont pu profiter de se déplacer dans le périmètre Frimobil avec un seul titre de transport valable auprès de toutes les entreprises de transport partenaires Frimobil.



Contrat de constitution Frimobil

But et dénomination

Le présent contrat institue une communauté tarifaire intégrale s'étendant sur le territoire du canton de Fribourg et sur diverses régions limitrophes, qui doit permettre d'encourager et de faciliter l'utilisation des transports publics en proposant aux voyageurs à l'intérieur de la communauté un système tarifaire uniforme et transparent.

La communauté porte le nom de « Communauté tarifaire intégrale fribourgeoise » désignée par le terme CTIFR ci-après.

Forme juridique

La communauté ici constituée est une société simple de droit privé au sein des art. 530 et ss. du Code des obligations.

Champ d'application

Le périmètre communautaire comprend les lignes et tronçons de lignes des parties tels que consignés dans le tarif T651.4 (disponible sur le site web Frimobil).

Convention Frimobil

But

Les commanditaires requièrent des opérateurs qu'ils offrent aux usagers, dans le cadre de la délimitation géographique, la possibilité de conclure un seul et unique contrat de transport leur permettant d'emprunter le réseau défini par le tarif communautaire au sein de l'art. 13 de la Loi fédérale sur les transports publics du 4 octobre 1985.

À l'intérieur du périmètre de la communauté, l'intégration de nouvelles lignes ou le prolongement de lignes existantes dans le champ d'application de la communauté implique l'accord de toutes les parties quant à l'aspect tarifaire et à la répartition des recettes.

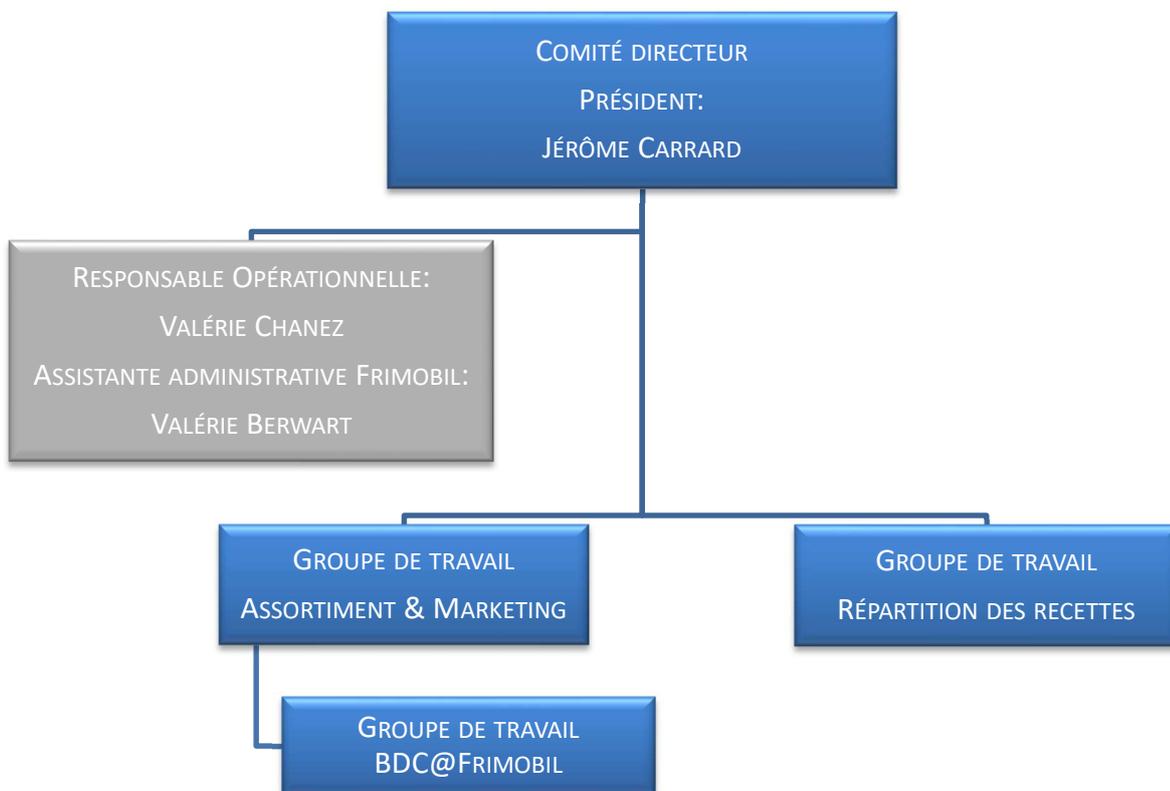
Organisation

La CTIFR est constituée en une société simple composée des six entreprises de transport partenaire suivantes :

- Transports publics fribourgeois Trafic (TPF TRAFIC) SA*
- Chemins de fer fédéraux suisses SA (CFF)*
- CarPostal SA (CarPostal)*
- BLS SA*
- Transports publics VMCV
- MOB Montreux-Oberland bernois

*Membres du Comité Directeur

La CTIFR est organisée comme suit :



La gestion opérationnelle de la communauté ainsi que la gestion de la promotion sont confiées à l'entreprise de transport TPF (entreprise de transport gérante, ETG). L'attribution du mandat d'entreprise de transport gérante est rediscutée tous les trois ans au sein du Comité directeur. Le mandat actuel court jusqu'à la fin de l'année 2025.

Le Comité directeur (CODIR)

Le CODIR est constitué par les représentants des entreprises de transport (hors MOB et VMCV), des Cantons de Fribourg, Berne et Vaud, de l'Agglomération de Fribourg ainsi que de l'Office fédéral des Transports (OFT). Les commanditaires disposent d'une voix consultative au sein du Comité directeur. Ce comité prend position sur les dossiers élaborés par les groupes de travail, en sa qualité d'organe décisionnel, et assure le bon fonctionnement de la communauté tarifaire intégrale.

Les entreprises de transport MOB et VMCV ne participent pas aux décisions car elles y ont renoncé du fait de leur petite part dans Frimobil. De ce fait, elles ne participent pas non plus aux frais de gestion de la communauté tarifaire et reçoivent des recettes sous forme de forfait (non incluses dans la clef de répartition des recettes).

En 2022, le Comité directeur s'est réuni à cinq reprises avec la composition suivante :

Président : Carrard Jérôme, TPF
 Resp. Op. : Chanez Valérie, TPF
 Assistante : Berwart Valérie, TPF
 Membre : Furrer Hugo, BLS
 Membre : Stierli Ivo, CFF
 Membre : Calegari Sacha, CarPostal
 Membre : Muller Aline, OFT
 Membre : Bezençon Nicolas, Canton de Fribourg
 Membre : Galli Stefan, Canton de Berne
 Membre : Lendi Stefan, Canton de Vaud
 Membre : Périllon François, Agglo Fribourg jusqu'au 21.11.2022.

Groupes de travail

Trois groupes de travail (GT) œuvrent à l'analyse technique des dossiers et projets à soumettre au Comité directeur. Il s'agit du « GT Assortiment & Marketing », du « GT Répartition des recettes » et du « GT Billets dégriffés@Frimobil (BDC@Frimobil) ». Au sein de ces trois groupes, chaque entreprise de transport collabore dans le but de développer et mettre en place des solutions communes à tous les partenaires.

Vous trouverez ci-dessous un aperçu des grands thèmes et décisions importantes qui ont été prises en 2022.

Tarif et distribution :

- Chiffrage de demande de gratuité :
 - Pour les déplacements à l'intérieur de la zone 19 Schwarzsee tous les jours. La gratuité est prise en charge par la commune de Plaffeien
 - Pour les déplacements sur les lignes 1, 2 et 3 de Mobul lors de l'événement « Bull'Bouge » le 21 mai 2022. La gratuité est prise en charge par Mobul.

- Pour les déplacements dans la zone 10 lors de la manifestation de la Schubertiade de Fribourg les 3 et 4 septembre 2022. La gratuité est prise en charge par la Ville de Fribourg.
- Pour les déplacements dans les zones 10 et 11 lors de la manifestation de la St-Nicolas de Fribourg le 3 décembre 2022. La gratuité est prise en charge par la Ville de Fribourg et par l'Agglomération de Fribourg.
- Depuis la rentrée scolaire 2022, tous les abonnements des écoles secondaires sont définitivement migrés sur le support SwissPass. Ce changement permet de s'harmoniser avec la branche des transports publics.
- Le billet « saut de puce » à CHF 2.- est uniquement distribué sur les applications post-price ticketing (FAIRTIQ, EasyRide et BLS Mobil), est valable pour voyager jusqu'à 3 arrêts et durant 20 minutes au maximum sur les 3 lignes urbaines de Düdingen. Dès le 11 décembre 2022, la validité du billet « saut de puce » à CHF 2.- est prolongée : il est valable pour voyager jusqu'à 5 arrêts et durant 20 minutes au maximum.
- Les billets dégriffés ont été introduits au sein de Frimobil le 3 juin 2022. Les entreprises de transports partenaires de Frimobil proposent les billets dégriffés sur leurs lignes de trains et de bus pour des voyages à l'intérieur du périmètre Frimobil.
- Durant l'année 2022, le Groupe de Travail a effectué des analyses afin d'évaluer si une extension du zonage au Pays-d'Enhaut était une opportunité. Finalement, vu les faibles flux de voyageurs, l'extension n'est pas jugée nécessaire.
- En décembre 2022, sur la demande de l'État de Fribourg notamment, une tarification pour les seniors a été mise en œuvre. Celle-ci est 20% meilleure marché que le tarif adulte.
- Un groupe de Travail Ad hoc a été mis en place à l'automne 2022 pour travailler sur une éventuelle mise en place d'une offre multimodale au printemps 2023.

Marketing et Communication :

- Les actions marketing mises en œuvre en 2022, avec un accent particulier sur la promotion, sont décrites ci-dessous.

Site web Frimobil

Sur le site web Frimobil, toutes les informations concernant l'assortiment de produits, les tarifs en vigueur ainsi que le périmètre Frimobil sont disponibles. En moyenne, 7'200 visiteurs par mois consultent le site internet Frimobil. Les pages les plus visitées sont la page abonnements sous produits & tarifs, la page plans des zones sous plans et horaires et enfin la page d'accueil.

Comme montré sur les statistiques ci-dessous, le site web reste très attractif car il engendre près de 80% de nouveaux utilisateurs avec près de cinq pages consultées pour une durée de près de deux minutes. Le taux de rebond¹ a bien baissé entre 2021 et 2022, ce qui est très positif.



¹ Le taux de rebond est un indicateur marketing qui mesure le pourcentage d'internautes qui sont entrés sur une page Web et qui ont quitté le site après, sans consulter d'autres pages.

Dépliant Frimobil

Le dépliant comprend toutes les informations nécessaires aux utilisateurs, soit les différents plans de zones (urbains et régional), les tarifs ainsi que des informations générales sur les prestations, en français et en allemand. Chaque année 20'000 exemplaires du dépliant sont édités. Il est distribué majoritairement dans les points de vente des entreprises de transports partenaires Frimobil.

Kit de bienvenue

Le kit de bienvenue consiste à promouvoir l'utilisation des transports publics dans le canton de Fribourg et la Broye vaudoise aux nouveaux habitants. Frimobil leur propose un abonnement hebdomadaire valable sur l'ensemble du périmètre Frimobil au prix de CHF 10.-. S'ils sont convaincus, ils peuvent acheter l'abonnement annuel Frimobil et bénéficier jusqu'à CHF 150.- de réduction.



Action automobilistes seniors



Dans le cadre d'une action marketing, la communauté tarifaire intégrale fribourgeoise s'est alliée à l'Office de la Circulation et de la Navigation de Fribourg (OCN) pour faire connaître Frimobil et les transports publics aux seniors qui renoncent à leur permis de conduire.

Depuis le 1^{er} mai 2021, l'OCN envoie, en accompagnement de sa lettre de confirmation de renonciation au permis de conduire, un flyer Frimobil. Celui-ci comporte un bon non nominatif qui consiste à offrir aux seniors une réduction lors de l'achat d'un abonnement annuel : CHF 50.- pour 1 et 2 zones ou CHF 100.- dès 3 zones et plus.

Mailing promotionnel de l'abonnement annuel aux abonnés mensuels

Frimobil écrit à tous ses clients détenteurs d'un abonnement mensuel à une période donnée afin de leur proposer l'abonnement annuel en leur mentionnant qu'avec l'abonnement annuel, 3 mois d'abonnement mensuel leur sont offerts en plus des avantages abonnés. Il s'agit d'une campagne d'upselling.

Avantages abonnés



À la conclusion d'un abonnement annuel Frimobil, l'abonné reçoit un mail tous les trois mois contenant les bons pour chaque partenaire. Afin de pouvoir bénéficier de l'avantage, l'abonné doit présenter les bons (sur smartphone ou sur papier) conjointement avec sa carte d'abonnement SwissPass auprès du partenaire. En 2022, nous comptons plus de 35 partenaires.

Ancrage Frimobil

Alex, la mascotte, explique, par plusieurs vidéos, les avantages d'être titulaire d'un titre de transport Frimobil. « Ne perds pas ton temps », « Ne perds pas ton argent », « Ne perds pas tes avantages » et pour finir, « Ne perds pas ta planète ». Toutes ces petites vidéos sensibilisent sur l'impact économique et écologique de l'utilisation des transports publics. Le but est de toucher tous les publics.

Afin d'avoir une meilleure perception de la marque Frimobil et de la mascotte auprès de la population (clientèle et futurs clients potentiels), Frimobil a réalisé une étude de notoriété. Des questions sur l'assortiment, notamment le FlexiAbo, ont été posées aux participants. Les résultats permettent d'ajuster le travail au quotidien selon les besoins du marché.

Pour poursuivre la stratégie décidée en 2021, Frimobil offre aux abonnés annuels un bon pour leur anniversaire rond afin de les fidéliser davantage. Cette action marketing est prévue sur 10 ans (jusqu'en juin 2031). La communauté tarifaire leur envoie un courrier tout en leur souhaitant bon anniversaire accompagné d'un bon de réduction de CHF 20.- sur l'assortiment de titres de transports publics suisses.



Abonnement weekends



L'abonnement weekends permet aux personnes désirant se balader durant les beaux weekends d'été de le faire à prix préférentiel sur l'ensemble du périmètre Frimobil.

L'abonnement weekends est disponible en 2^{ème} et 1^{ère} classe (nouveau). Pour les clients souhaitant en bénéficier à deux, son prix est de CHF 30.- pour la deuxième personne.

Campagne marketing croisée Frimobil – Service Direct National

Un courrier a été adressé aux anciens détenteurs de l'AG et aux détenteurs actuels de l'abonnement demi-tarif résidant dans le périmètre Frimobil afin de leur faire connaître la communauté fribourgeoise et ses avantages, notamment par rapport à l'abonnement annuel, et de leur susciter l'envie de prendre justement un abonnement annuel au moyen d'un rabais. Sur les 22'013 clients qui ont été contactés, 62 ont procédé à l'achat de l'abonnement annuel Frimobil.

Offre promotionnelle pour les nouveaux abonnés annuels Frimobil



Afin d'acquérir de nouveaux abonnés annuels, Frimobil a envoyé un tout-ménage aux habitants résidant dans son périmètre. En tout, 92'836 ménages ont reçu ce mailing contenant un bon allant jusqu'à CHF 150.-. La mesure a également été communiquée sur les réseaux sociaux ainsi qu'auprès des communes. De plus, un mois avant la fin de l'action, les anciens abonnés annuels Frimobil de plus de six mois ont été contactés (Win back). Au final, à la suite de toutes ces mesures, le résultat est de 276 ventes, ce qui est très positif.

Düdingen : saut de puce

Un billet « saut de puce » est vendu au tarif unique de CHF 2.-. Il est valable pour des voyages jusqu'à cinq arrêts et durant 20 minutes au maximum sur les lignes urbaines de Düdingen. Ce billet est uniquement distribué sur les applications FAIRTIQ, Easy Ride et BLS Mobil.



Promotion des transports publics envers les cyclistes



En automne 2022, afin de (re)gagner la clientèle adepte de la petite reine dans les transports publics, Frimobil a effectué une campagne de communication.

Tarification Senior

Depuis décembre 2022, Frimobil a complété sa gamme d'abonnements annuels et mensuels avec une tarification pour les seniors. Cette mesure est encouragée par l'État de Fribourg.

L'objectif à travers cette mesure est d'augmenter la part modale des transports publics. En effet, jusqu'à lors, les seniors abonnés ne représentent que 5.2% de la part des abonnés annuels et 1.88% de la part de la population cible (senior).



JobAbo



Afin d'augmenter l'utilisation des transports publics dans le canton de Fribourg et la Broye vaudoise, Frimobil a lancé son JobAbo annuel et mensuel en août 2020.

Le JobAbo est un abonnement annuel Frimobil bénéficiant d'un rabais de 20 % au minimum, grâce à une contribution financière de l'employeur (minimum 10 %) et de Frimobil (10 % fixe). Les produits Frimobil concernés par cette offre sont les abonnements annuels Frimobil adultes (1^{ère} et 2^e classe) et jeunes jusqu'à 25 ans (2^e classe), quel que soit le nombre de zones choisies.

Le JobAbo mensuel est proposé pour tester l'offre de transports publics durant un mois à moitié prix. Participation fixe de 25 % par l'employeur et de 25 % par Frimobil. Les produits Frimobil concernés par cette offre sont les

abonnements mensuels Frimobil adultes (1^{ère} et 2^e classe) et jeunes (2^e classe), quel que soit le nombre de zones choisies.

FlexiAbo

Afin de répondre aux besoins des personnes travaillant à temps partiel ainsi qu'aux nouveaux besoins de mobilité à la suite de la pandémie, Frimobil a mis en place un nouveau produit : le FlexiAbo. Celui-ci est testé au niveau Frimobil dans le cadre d'un test de marché approuvé par la branche.



Le FlexiAbo 104 jours correspond à 2 jours d'utilisation par semaine et le FlexiAbo 156 jours correspond à 3 jours d'utilisation par semaine.

Ce produit est décliné annuellement et pour les segments adulte et jeune et tarification 2^e et 1^{ère} classe. De plus, le FlexiAbo est valable pour les zones Frimobil qui sont choisies par les clients (même principe que l'abonnement annuel). Cet abonnement personnel comporte un nombre de jours définis que l'utilisateur abonné doit activer à l'avance ou jusqu'au moment de monter à bord, à l'aide d'un calendrier virtuel sur son compte SwissPass. Les jours peuvent aussi être désactivés jusqu'à la veille du voyage. L'activation anticipée peut être effectuée 60 jours à l'avance.

Billets dégriffés disponibles au sein de Frimobil



Depuis le 3 juin 2022, les utilisateurs des transports publics bénéficient de billets dégriffés pour des voyages au sein du périmètre de la communauté tarifaire intégrale fribourgeoise.

Répartition des recettes :

- Une enquête de structure des titres de transport a été réalisée en automne 2021 et effectuée au moyen du système d'enquête EDO-TT (enquête digitale optimisée des titres de transport) de MOVI+². Cela a eu pour impact que le Groupe de Travail Répartition des recettes a pu répartir les recettes de l'année 2021 et 2022 avec des résultats à jour provenant de cette nouvelle structure des titres de transport (répartition effectuée au moyen de la nouvelle clé Frimobil qui sera calculée et validée durant le printemps 2022).
- La période d'enquête de l'automne 2023 a été recommandée au Comité directeur par le Groupe de Travail.
- En cours d'année 2021, Frimobil a été approché par Mobul³ afin de revoir le système de répartition des recettes. Comme la part de marché de Mobul s'est passablement agrandie ces dernières années, le Groupe de Travail Répartition des recettes a décidé de créer une division « zone 30 », au même titre que la division en place pour la zone 10, et cela dès 2024 (lié à la période d'offre). Des travaux de simulations du pot zone 30 ont eu lieu en 2022.
- Au cours de l'année 2021, le Groupe de Travail Répartition des recettes a dû à plusieurs reprises effectuer des projections de recettes ceci afin que toutes les entreprises de transport et les commanditaires puissent se baser sur les mêmes données.
- Le modèle « indemnisation du niveau de prix communautaire » a été présenté aux communautés tarifaires et un premier calcul sur la base des données 2019 a été effectué.
- Le Groupe de Travail s'est positionné positivement sur la demande de la branche de délimiter les recettes des communautés dans l'ÖV Reporting.
- Le Groupe de Travail a décidé d'examiner la pondération des segments et a finalement recommandé au Comité directeur de calculer les segments de manière séparée à l'avenir. Cela est effectif pour le calcul de la clé définitive 2022.
- Le modèle de répartition des recettes a été également discuté durant toute l'année 2022 et encore début 2023.

Branche des transports publics

Mesures tarifaires

- L'Alliance SwissPass en tant que porte-parole de la branche, a communiqué que les entreprises de transport et les communautés tarifaires renonçaient à effectuer une mesure tarifaire en décembre 2022.

Participation aux discussions dans les groupes de travail nationaux

- Au niveau national, le Conseil stratégique est l'organe suprême de la branche. Frimobil est représentée dans cet organe par M. Serge Collaud, Directeur général des TPF, depuis le 1^{er} juin 2020.

² Coopérative ayant pour but de permettre la mutualisation des ressources et des outils, renforcer la confiance et faciliter la collaboration entre les acteurs de la mobilité, en priorité dans les domaines de la digitalisation et de l'innovation.

³ Groupement des communes de Bulle, Riaz, La Tour-de-Trême, Morlon et Vuadens

- AGr Verbände : Mme Valérie Chanez participe au groupe de travail des communautés tarifaires.
- GNEC : au niveau national, les communautés tarifaires romandes sont désormais représentées au sein du GNEC (groupe de contrôle des données de comptage) depuis l'automne 2020 par M. Gilles Champion des TPF. Celui-ci fournit un rapport aux communautés après chaque séance du groupe afin qu'elles soient informées des discussions en cours.

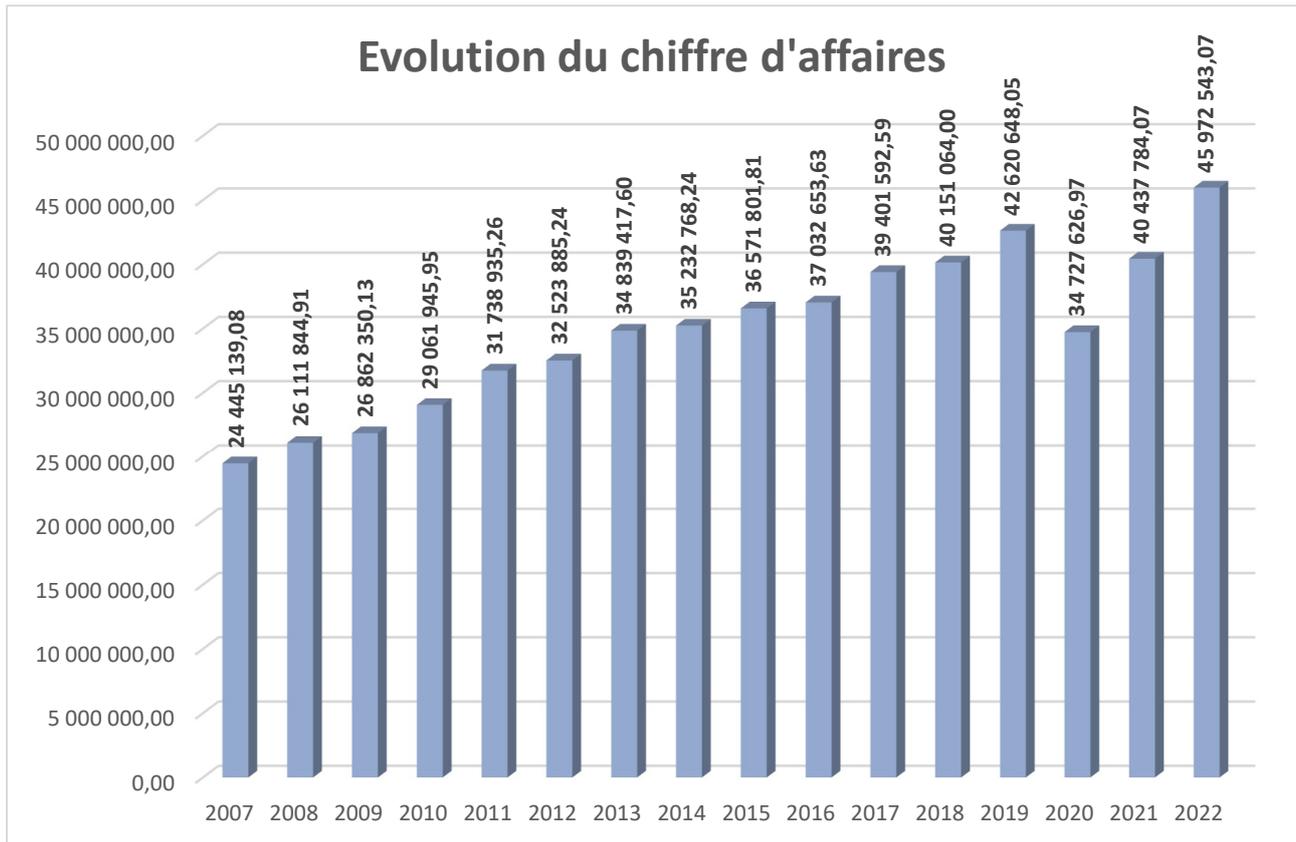
Collaboration en Romandie

- Communautés tarifaires romandes : au minimum deux fois par année, les communautés tarifaires romandes « CTR » (Mobilis, Unireso, Onde Verte, Vagabond et Frimobil) se rencontrent afin d'échanger sur les sujets qui les occupent.

Chiffre d'affaires et données du marché

En 2022, les recettes Frimobil s'élèvent à CHF 45'972'543.07 (en tenant compte des recettes de l'abonnement ½ tarif). Nous constatons une réelle augmentation du chiffre d'affaires de 13.7% comparé à 2021 et de 7.9% comparé à 2019.

L'augmentation par rapport à 2019 a été plus significative dans les titres de transport individuels avec une hausse des recettes de 9.4% comparé à 2019. Pour les abonnements, cette hausse était de 4.3%.



Comptes et fonctionnement

Organe de révision

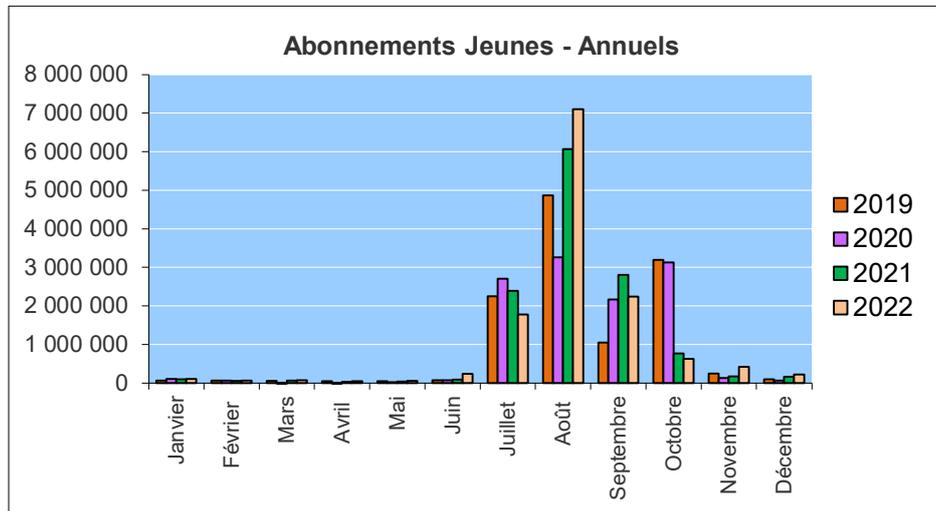
La vérification des comptes a été réalisée par l'entreprise Mazars, qui a officié en qualité d'organe de révision et a approuvé la tenue des comptes 2022 et le bouclage de ceux-ci.

Les coûts de fonctionnement s'élèvent à CHF 1'194'722.85. Par ailleurs, ces coûts représentent 2.60% du chiffre d'affaires.

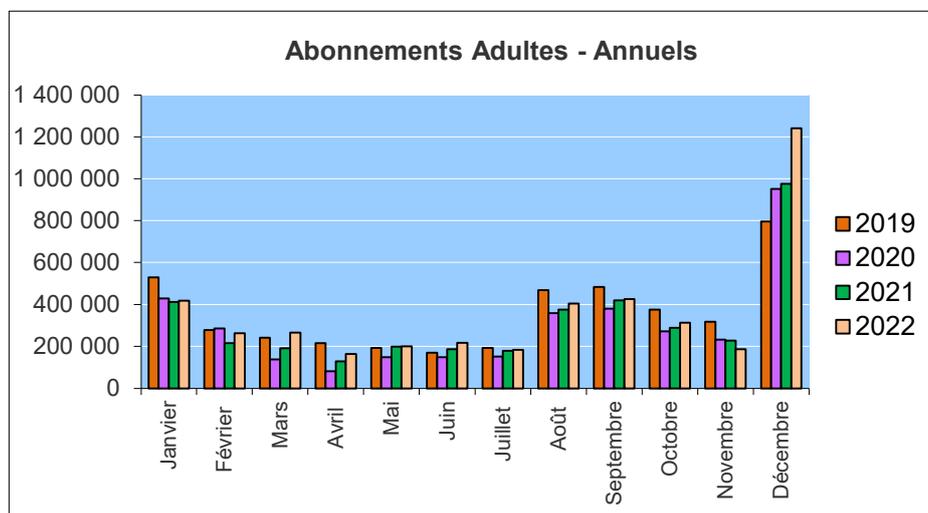
Statistique des ventes

Abonnements annuels

La vente d'abonnements annuels jeunes en 2022 représente 22'082 ventes pour un chiffre d'affaires de CHF 12'983'982.- Le chiffre d'affaires des abonnements annuels jeunes a augmenté de 7.7% comparé à 2019, ce qui représente CHF 931'053.-.



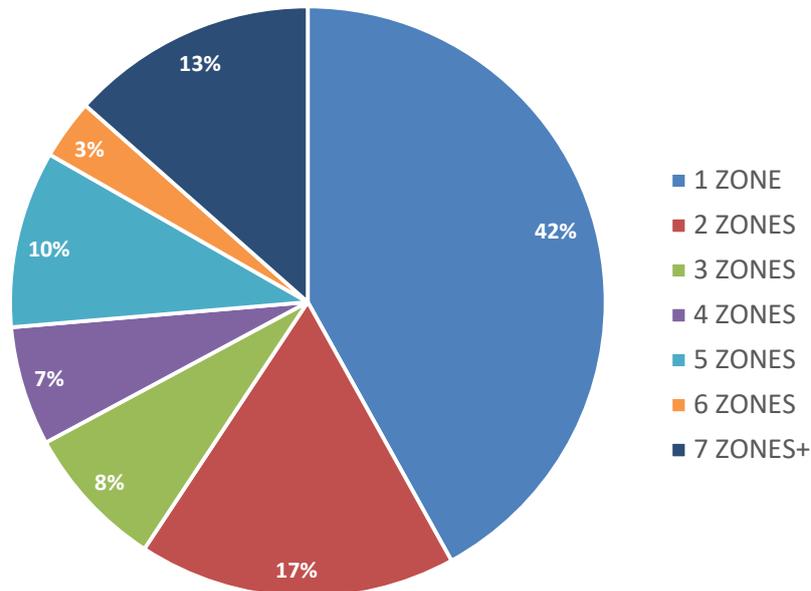
La vente d'abonnements annuels adultes en 2022 représente 9'500 ventes pour un chiffre d'affaires de CHF 4'279'434.- Le chiffre d'affaires des abonnements annuels adultes a augmenté de 0.6% comparé à 2019, ce qui représente CHF 24'539.-.



En conclusion, Frimobil constate que la vente des abonnements annuels a repris le cours d'avant la pandémie Covid-19.

En comparaison nationale, Frimobil a une progression plus importante au niveau des abonnements cela s'explique par la forte part d'abonnés scolaires (clients captifs). La communauté tarifaire a aussi diversifié son assortiment avec le FlexiAbo notamment. Toutefois, la part de pénétration des transports publics peut encore être augmenté.

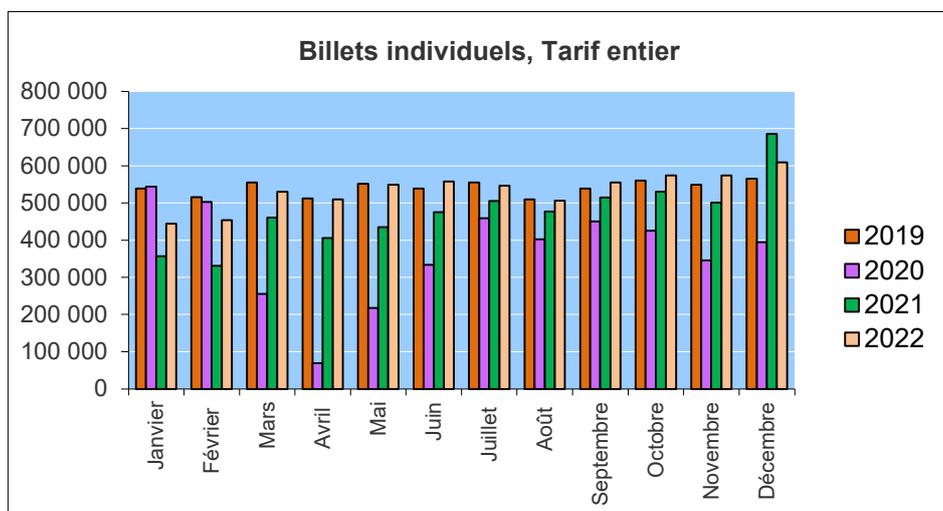
Répartition par zones - abonnements annuels adultes

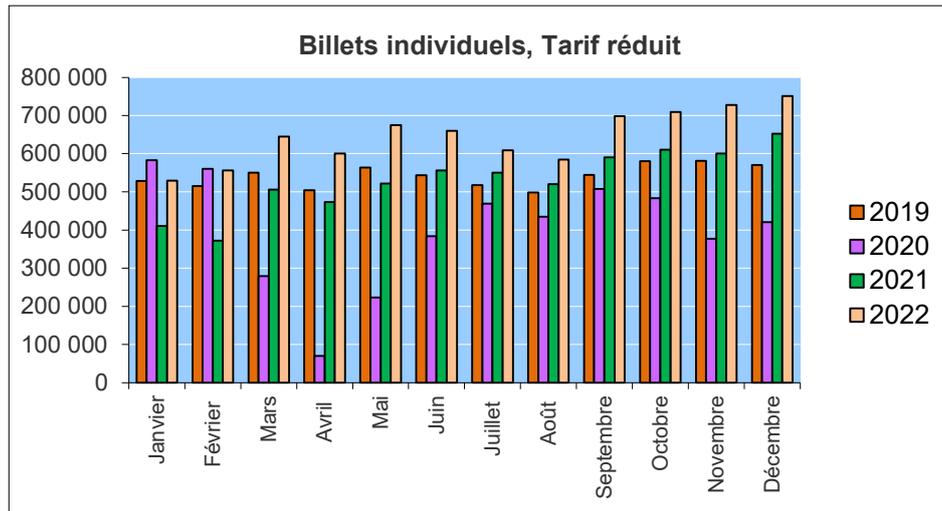


Les abonnements une zone sont les plus vendus en 2022. Ils représentent 42% du chiffre d'affaires total. Les abonnements valables dans deux zones sont le deuxième type d'abonnement le plus vendu (17%), devant les abonnements valables dans toutes les zones (13%).

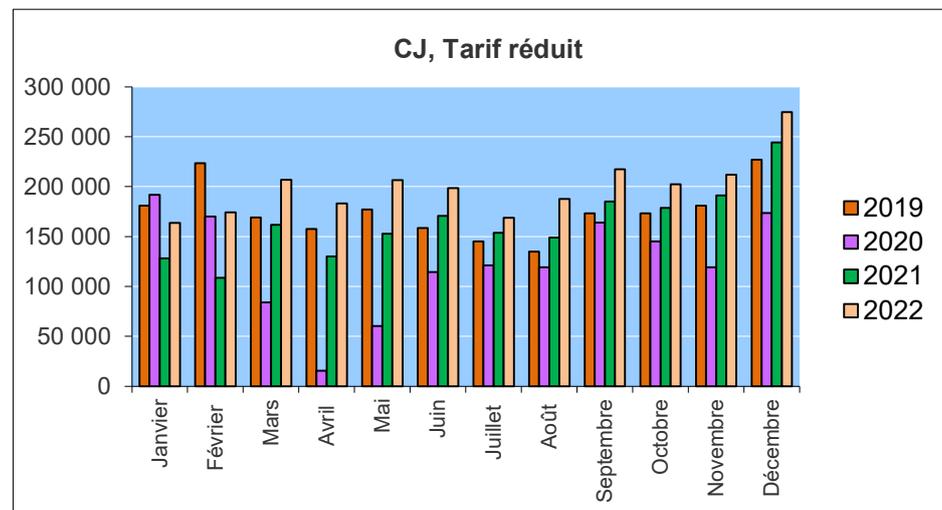
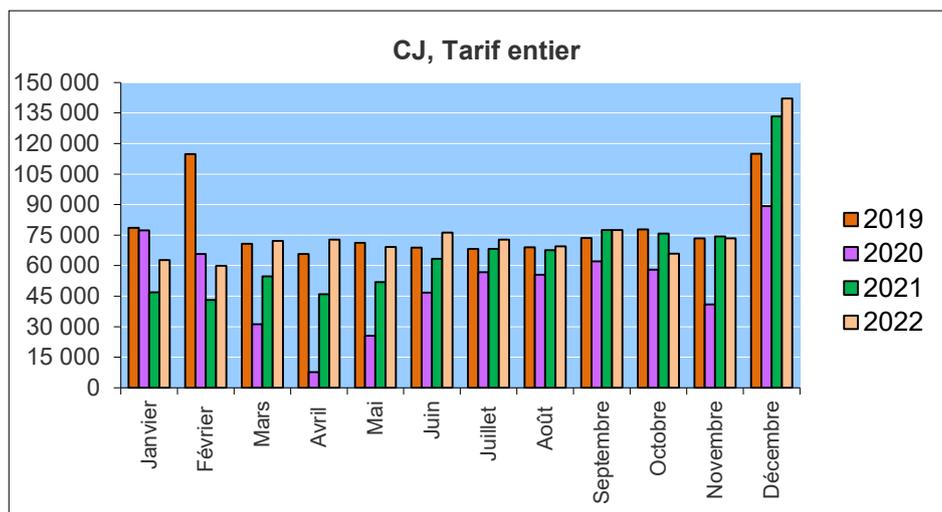
Billets individuels et cartes journalières

La vente des billets individuels en 2022 représente 3'698'395 ventes pour un chiffre d'affaires de CHF 14'155'255.-. Le chiffre d'affaires des billets individuels a augmenté de 8.99% comparé à 2019, ce qui représente CHF 1'167'704.-.





La vente des cartes journalières en 2022 représente 303'748 ventes pour un chiffre d'affaires de CHF 3'309'469.-. Le chiffre d'affaires des cartes journalières a augmenté de 5.3% comparé à 2019, ce qui représente CHF 262'305.-.



Perspectives, défis et opportunités 2023

Frimobil va continuer sa politique de promotion des abonnements annuels avec les cinq actions phares décrites ci-après.

À la suite du lancement en été 2020 du **JobAbo** (abonnement annuel pour les collaborateurs à prix préférentiel grâce à une participation de leur employeur et de Frimobil), des actions marketing vont être mises en place durant l'année 2023 pour faire connaître ce produit à la population et soutenir le conseiller en vente qui démarché les entreprises. Par rapport au nouveau produit **FlexiAbo**, celui-ci a rencontré un tel succès qu'il est pérennisé dans l'assortiment dès décembre 2023. De plus, afin de simplifier l'assortiment et de l'harmoniser au niveau national, il n'y aura plus qu'une version du FlexiAbo à 100 jours. En décembre 2022, la **tarification senior** pour les abonnements annuels et mensuels a été mise en place. Des actions de promotion sont en cours durant toute l'année 2023 pour faire connaître ces nouveaux prix aux personnes retraitées qui débourseront désormais 20% de moins lors de l'achat de leur abonnement. Début mars 2023, un mailing **Member get Member** a été envoyé aux abonnés annuels actuels afin que ceux-ci soient les ambassadeurs des transports publics envers de nouveaux* abonnés annuels Frimobil (*pas d'abonnement annuel depuis au moins six mois en sa possession). En outre, une **campagne informative sur les avantages de l'abonnement annuel destinée aux clients de l'abonnement mensuel** va être effectuée à l'automne 2023. Le but est de fidéliser ces clients au travers de l'abonnement annuel.

Une fois n'est pas coutume, Frimobil a souhaité **remercier ses clients très fidèles**. Pour ce faire, la communauté tarifaire a déterminé les 100 clients les plus fidèles à l'abonnement annuel Frimobil. Ceux-ci recevront un cadeau auprès de l'un des partenaires des avantages abonnés d'ici la fin du printemps 2023.

Dans les bonnes nouvelles, Frimobil peut annoncer que **l'abonnement weekends** sera réédité durant l'été 2023 pour sa 6^e année consécutive et qu'il sera délivré sur SwissPass. Concernant sa vente, elle pourra se faire de manière online. L'abonnement loisirs a pour but de faire utiliser les transports publics à la clientèle se déplaçant le week-end.

Au niveau de l'ancrage et de la promotion des transports publics à travers la mascotte « Alex », Frimobil signale la mise en place d'une **campagne de communication avec comme public les jeunes**, ceci afin de soutenir le développement de l'assortiment national envers cette clientèle.

Le **test du billet « saut de puce » à CHF 2.-** est prolongé sur les 3 lignes urbaines de Düdingen afin d'obtenir des résultats pertinents. Ce billet ne peut être acheté qu'au moyen d'une application post-price ticketing (FAIRTIQ, Easy Ride et BLS Mobile) et n'est valable que durant 20 minutes jusqu'à cinq arrêts au maximum. La validité a été étendue de 2 arrêts dès décembre 2022. Si cette nouvelle tarification « saut de puce » convient à la clientèle, on peut imaginer que ce modèle puisse être appliqué dans d'autres centres urbains.

Au niveau des promotions, Frimobil émettra une carte journalière spéciale à CHF 5.- qui sera valable le samedi 26 août 2023 lors de l'événement **d'inauguration de la ligne Bulle – Broc, Fabrique**. Cette carte journalière forfaitaire permettra à la population et aux passionnés de chemin de fer de tester cette nouvelle ligne de voie normale (remplacement de la voie métrique).

À la rentrée de l'été, Frimobil fera un **test de marché portant sur une offre multimodale** avec le partenaire PubliBike. Pour CHF 5.- de plus que l'abonnement mensuel Frimobil, les clients bénéficieront des vélos en ville de Fribourg en plus.

Au niveau institutionnel, la communauté tarifaire a prévu de faire un **rafraichissement du site web** et surtout de sa version mobile afin d'améliorer la communication clientèle.

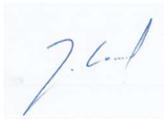
Au niveau de la branche des transports publics, plusieurs projets en cours exerceront une influence directe sur les communautés tarifaires. Frimobil pense notamment à :

- la suite du projet GITA « Grobkonzept eines integrierten Tarifsystems », mise en œuvre de MyRIDE
- aux conditions d'utilisation des données clientèle générées sur NOVA en lien avec le nouveau droit sur la protection des données
- la mise en place de NaDIM « infrastructure nationale de données de mobilité » au plus tôt fin 2023

Toutes ces thématiques représentent des défis au niveau de la stratégie de la branche.

Pour conclure, Frimobil se réjouit de poursuivre ses activités lors de cette nouvelle année et de réaliser les nombreux développements cités ci-dessus afin de satisfaire la clientèle des transports publics.

Givisiez, le 4 juillet 2023



Jérôme Carrard
Président Frimobil



Valérie Chanez
Responsable Opérationnelle Frimobil