

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2025



Remarques préliminaires

Au niveau du marché Frimobil, l'année 2025 poursuit la progression soutenue des années précédentes.

Grâce à la progression naturelle du marché ainsi qu'aux mesures marketing mises en place tout au long de l'année pour gagner de nouveaux abonné·e·s, Frimobil a terminé l'année avec un chiffre d'affaires de 0.5% supérieur à 2024 (+0.8% en tenant compte de la part demi-tarif). Sans tenir compte de la comptabilisation à double des abonnements pour les requérants d'asile¹ en 2024, Frimobil aurait terminé l'année avec un chiffre d'affaires de 2% supérieur à 2024 (+2.3% en tenant compte de la part demi-tarif).

Ce bon résultat est dû d'une part à l'augmentation des ventes des abonnements annuels et mensuels seniors, des abonnements FlexiAbo et JobAbo ainsi que des abonnements annuels Frimobil + PubliBike et d'autre part, à la forte vente de billets et cartes journalières en tarif réduit. Cet élément est en corrélation avec le succès du demi-tarif plus.

Au niveau de la branche, les transports publics (TP) ont enregistré un chiffre d'affaires de 7,04 milliards de francs en 2025, ce qui représente une augmentation de 4,6% par rapport à 2024 (0,338 milliards). La part du Service direct national (SDN) se monte à 4,46 milliards de francs, celle des communautés à 2,58 milliards. Le rôle important que jouent les billets individuels s'est également confirmé côté chiffre d'affaires, avec une part d'environ 31%. Quant à l'abonnement général, à quasiment 20% du chiffre d'affaires, il demeure un produit clé du système. Les abonnements annuels des communautés et les cartes journalières ont complété l'offre. Au total, la branche a vendu 295 millions de titres de transport, dont 71% étaient des billets individuels. Les cartes journalières et les abonnements ont aussi constitué une part importante de la demande, couvrant différents besoins en matière de mobilité.

¹ Jusqu'en 2024, les abonnements pour les requérants d'asile étaient comptabilisés en janvier de chaque année. Depuis l'année 2025, il a été décidé de comptabiliser les abonnements pour les requérants d'asile en décembre de chaque année pour l'année suivante (décembre 2024 pour l'année 2025 et ainsi de suite). De ce fait, l'année 2024 a bénéficié de recettes à double.

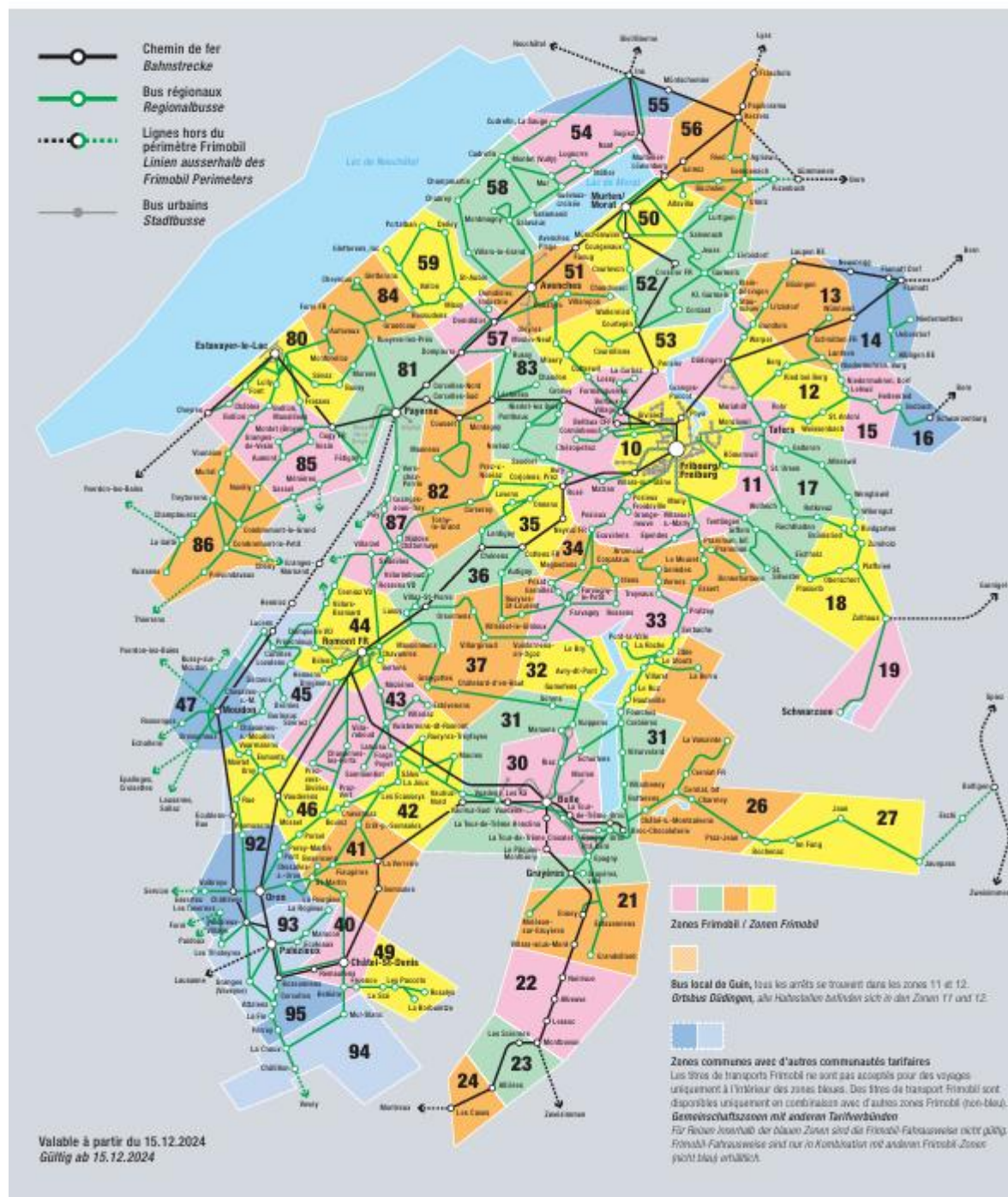
À propos de la communauté tarifaire intégrale fribourgeoise « Frimobil »

Frimobil, la Communauté Tarifaire Intégrale Fribourgeoise (CTIFR) a pour rôle d'harmoniser les tarifs entre les différentes entreprises de transport qui circulent dans son périmètre. Elle a accompli en 2025 sa 19^e année depuis sa création en 2006.

Plus de 350'000 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.



Plan des zones / Zonenplan



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 1985².

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.

² Cette loi a été abrogée le 1^{er} janvier 2010. La loi en vigueur actuellement est la loi sur le transport de voyageurs.

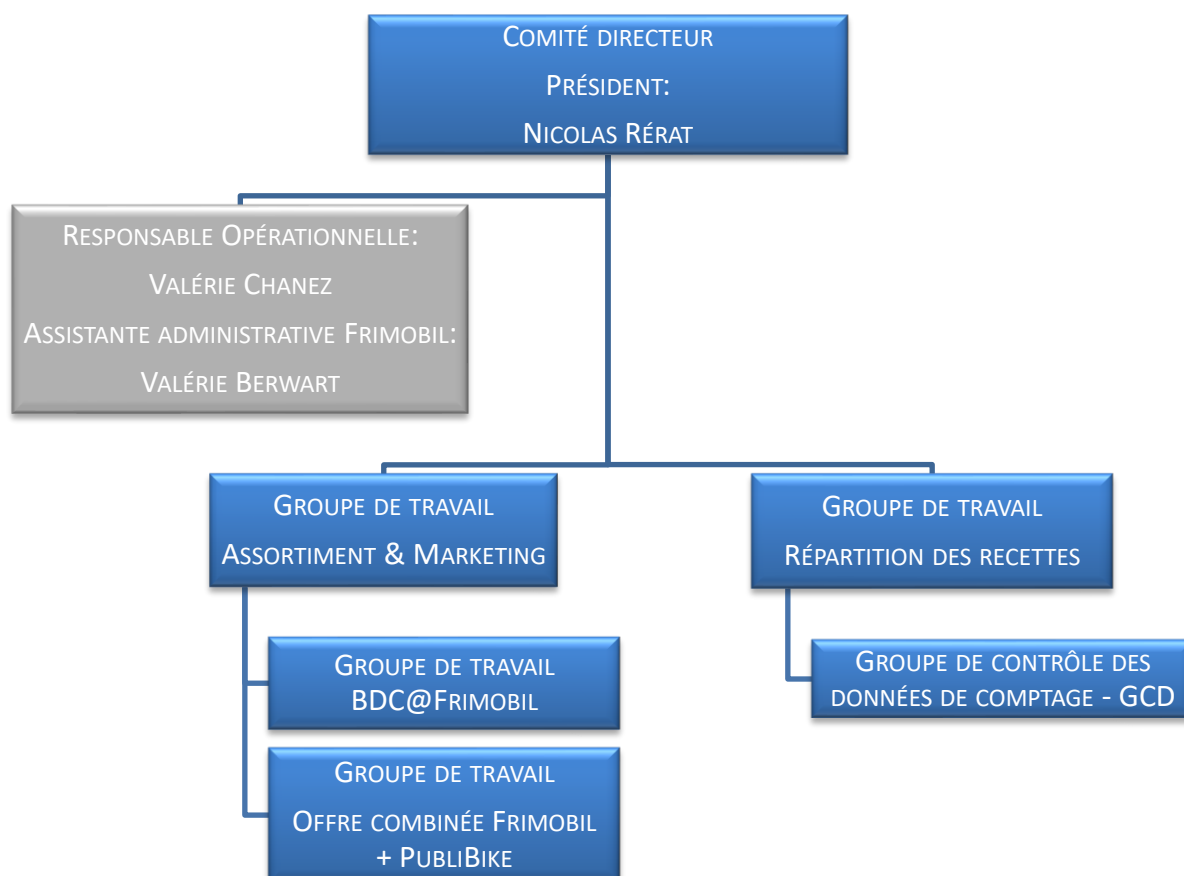
Organisation

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

- Transports publics fribourgeois Trafic (TPF TRAFIC) SA*
- Chemins de fer fédéraux suisses SA (CFF)*
- CarPostal SA (CarPostal)*
- BLS SA* / BLS FV SA
- Transports publics VMCV*
- MOB Montreux-Oberland bernois
- INTERTOURS ME Sàrl (à partir du 14 décembre 2025)

**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 2028.

Le Comité directeur (CODIR)

Le CODIR est constitué par les représentants des entreprises de transport (hors MOB et Intertours), 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 CTIFR.

L'entreprise de transport MOB ne participe pas aux décisions car elle y a renoncé du fait de son petit réseau dans Frimobil. Cependant, elle reçoit des recettes comme les autres entreprises de transport (incluse dans la clé de répartition des recettes) et participe aux frais de gestion de la communauté.

L'entreprise Intertours ne participe pas aux décisions du fait de sa seule ligne dans Frimobil et reçoit des recettes sous forme de forfait (montant adapté chaque année dans la clé de répartition des recettes) et participe aux frais de gestion de la communauté.

En 2025, le Comité directeur s'est réuni à cinq reprises avec la composition suivante :

Président et membre :	Réat Nicolas, TPF
Vice-Président et membre :	Furrer Hugo, BLS
Resp. Op. :	Chanez Valérie, TPF
Assistante :	Berwart Valérie, TPF
Membre :	Stierli Ivo, CFF
Membre :	Magnin Philippe, CPS
Membre :	Stübi Antoine, VMCV
Membre :	Muller Aline, OFT
Membre :	Bezençon Nicolas, Canton de Fribourg
Membre :	Galli Stefan, Canton de Berne (pas de participation aux séances)
Membre :	Lendi Stefan, Canton de Vaud
Membre :	Köhli Sven, Agglo Fribourg (pas de participation aux séances)

Groupes de travail

Cinq 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 », du « GT Billets dégriffés@Frimobil (BDC@Frimobil) », du « GT Offre combinée Frimobil + PubliBike » et du « Groupe de contrôle des données de comptage – GCD ». Au sein de ces cinq 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 2025.

Tarif et distribution :

- Chiffrages de gratuités :
 - 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 18 mai 2025. La gratuité est prise en charge par Mobul.
 - Pour les déplacements dans les zones 10 et 11 lors de la manifestation de la St-Nicolas de Fribourg le 6 décembre 2025. La gratuité est prise en charge par la Ville de Fribourg et par l'Agglomération de Fribourg.
 - Deux gratuités ont également été chiffrées pour la Ville de Fribourg mais celles-ci n'ont pas été retenues pour des raisons de budget. Il s'agit de la Fête de la musique 2026 et Morat-Fribourg 2026.
 - Courant 2025, l'AFCAS (Association fribourgeoise du commerce, de l'artisanat et des services) a demandé deux offres de gratuité : une première pour les 4 samedis de décembre ainsi qu'une seconde pour 11 autres samedis (janvier à novembre ; premiers samedis du mois). Ces offres n'ont également pas été retenues.
 - Au niveau organisationnel, le Groupe de Travail « Assortiment & Marketing » a obtenu les compétences pour effectuer des chiffrages jusqu'à hauteur de CHF 50'000.-.
- Chiffrages d'offres intégrées :
 - Poursuite de l'offre concernant la carte d'hôte – Fribourg/Freiburg Ticket : lors de chaque réservation dans un hôtel établi sur le territoire communal, la Ville de Fribourg offre aux hôtes la gratuité des transports publics dans la zone 10 Frimobil.
 - Une offre intégrée pour les Championnats mondiaux de hockey 2026 a été effectuée courant 2025. Les spectateurs pourront voyager sur l'ensemble du périmètre Frimobil.
 - Concernant le système de chiffrage des offres intégrées, une nouveauté est applicable depuis l'été 2025. Les organisateurs s'occupant de la distribution des titres de transport bénéficient désormais de 10% rabais.
- Assortiment :
 - Une carte journalière à CHF 5.- donnant accès à l'ensemble du périmètre Frimobil a été mise en place pour le 19 avril 2025, samedi du week-end de Pâques. Celle-ci devait promouvoir l'utilisation des transports publics dans le cadre des loisirs (déplacement entre les divers événements disponibles dans le canton).
 - Dans le cadre des 25 ans des TPF, une carte journalière toutes zones à CHF 5.- a été mise en place le samedi 20 septembre 2025. Celle-ci donnait la possibilité à la population de venir visiter le site de Givisiez en empruntant les transports publics.
 - Suite à la demande de l'office du tourisme de la Gruyère, un article spécial « 40729 Frimobil carte journalière Gruyère Tourismus » (canal SMAPI) a été mis en place pour la commercialisation du produit DayPass la Gruyère. Un deuxième produit a été mis en place (article 40'953). Il s'agit du PocketPass La Gruyère.
 - Un test de marché afin de tester un concept JobAbo sur FAIRTIQ a été initié durant l'année 2025. Les premières ventes avec 1 entreprise partenaire (Union fribourgeoise du tourisme) ont débuté en décembre 2025.

- Concernant le FlexiAbo, la règle de remboursement pour maladie (incapacité de voyager) a été développée et le tarif national T600.9 a été adapté en conséquence.
- L'offre multimodale testée sous la forme d'un « abonnement mensuel Frimobil + PubliBike » a été pérennisée dans l'assortiment depuis début 2025. De plus, la même offre mais sous une forme annuelle a été mise en vente dès mai 2025.
- Zonage
 - Une nouvelle ligne « Belmont-Broye » circulant entre Chandon et Avenches a été mise en place pour le changement d'horaire de décembre 2024. De plus, au même moment, la zone 30 s'est étendue jusqu'aux localités de Vuippens, Marsens et Echarlens. Le rattachement de ces 3 villages à la zone urbaine de Bulle permet d'augmenter la part modale des voyageurs en transports publics.
 - L'arrêt « Châtel-St-Denis, Bellières » a été repositionné au changement d'horaire de décembre 2024 afin de répondre aux besoins tarifaires de Frimobil et de Mobilis.
 - L'AGGLO ainsi que la commune de Corminboeuf ont demandé une extension de la zone 10 à Corminboeuf. Après analyse et dans une recherche d'équité de traitement, la demande a été refusée.
 - La commune Prez a demandé un repositionnement des arrêts de Corserey afin d'encourager la population à prendre les transports publics dans le sein de leur commune. Les arrêts en question ont été mis en chevauchement de zones ceci afin d'encourager le report modale.
 - La commune de Courtepin a demandé un repositionnement des arrêts de Courtaman ceci afin d'avoir une équité de traitement avec les habitants de Wallenried qui sont dans la même commune. Les arrêts ont été mis en chevauchement de zones ceci afin d'encourager le report modale.
- Tarif
 - Un nouveau système de commissionnement des ventes a été développé au sein de Frimobil. L'attente d'une décision de la COMCO au niveau national a mis ce projet en stand-by.
 - Une alternative tarifaire pour les enfants non-accompagnés de 6 à 11.99 ans a été discuté au sein la commission marché. Cette alternative a été refusée car celle-ci ne doit pas être la solution à un problème de distribution pour les personnes non-digitales.
 - Durant la deuxième partie de l'année, des réflexions sur des éventuelles mesures tarifaires en décembre 2026 ont été menées. La décision finale doit être prise fin mars 2026.
- Collaboration RailAway & Magic Pass
 - La collaboration avec Magic Pass se poursuit et les communautés tarifaires avec des stations de ski dans leur périmètre doivent participer à l'effort au niveau du modèle. Cela a été validé par Frimobil qui soutient cette démarche visant à développer la part modale pour le trafic loisirs.

Marketing et Communication :

- Les actions marketing mises en œuvre en 2025, avec un accent particulier sur l'innovation, sont décrites ci-dessous.

Site web Frimobil

Sur le site web Frimobil, toutes les informations concernant l'assortiment de titres de transport, les tarifs en vigueur ainsi que le périmètre Frimobil sont disponibles. En moyenne, 12'525 visiteurs par mois consultent le site Internet Frimobil avec des pics de fréquentation en août et septembre (23% des visites effectuées sur ces deux mois). Les pages les plus visitées sont la page d'accueil et la page des plans des zones (27%).

Le site web reste très attractif car il engendre 96% de nouveaux utilisateurs avec près de quatre pages consultées pour une durée de 55 secondes en moyenne sur le site. Le taux d'engagement est de 63.60% (le *nombre de sessions avec engagement* divisé par le *nombre de sessions*).



Dépliant Frimobil



Le dépliant contient l'ensemble des informations nécessaires aux utilisateurs, notamment les différents plans de zones (urbains et régionaux), les tarifs ainsi que des informations générales sur les prestations, en français et en allemand. Chaque année, 18'000 exemplaires du dépliant sont édités. Il est principalement distribué dans les points de vente des entreprises de transport partenaires de 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 associée à l'Office de la circulation et de la navigation de Fribourg (OCN) afin de promouvoir Frimobil et l'utilisation des transports publics auprès des seniors renonçant à leur permis de conduire.

En accompagnement de la lettre de confirmation de renonciation au permis de conduire, l'OCN transmet un flyer Frimobil. Celui-ci contient un bon offrant 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.

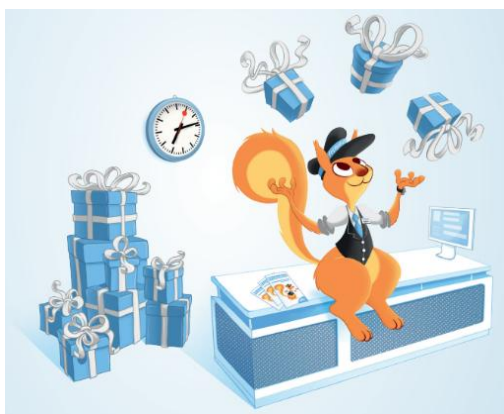
Jeunes ayant réussi leur permis de conduire

Depuis l'automne 2023, Frimobil a lancé une nouvelle offre destinée aux personnes ayant récemment obtenu leur permis de conduire. À cette occasion, la Communauté Tarifaire Intégrale Fribourgeoise s'est à nouveau associée à l'Office de la circulation et de la navigation de Fribourg (OCN). Celui-ci transmet à l'ensemble des nouveaux détenteurs du permis de conduire un bon de réduction de 15% valable lors de l'achat d'un abonnement annuel Frimobil.



Avantages abonnés

Les avantages abonnés incluent trois mois d'abonnement mensuel offerts (l'abonnement annuel équivaut ainsi à neuf mois payants) ainsi que de nombreux rabais auprès de partenaires.



Lors de la souscription à un abonnement annuel Frimobil, l'abonné reçoit un e-mail tous les trois mois contenant les bons de réduction à utiliser chez chaque partenaire. Pour en bénéficier, il doit présenter les bons, sur smartphone ou en version papier, conjointement avec sa carte d'abonnement SwissPass auprès du partenaire. En 2025, près de 50 partenaires participaient à cette offre.

Mailing promotionnel de l'abonnement annuel aux abonnés mensuels

Fin novembre, Frimobil a adressé un courrier à l'ensemble de ses clients détenteurs d'un abonnement mensuel afin de leur proposer la souscription à l'abonnement annuel, en mettant en avant tous les avantages associés. Il s'agit d'une campagne d'upselling.

Ancrage Frimobil

Alex, la mascotte, présente, à travers plusieurs vidéos, les avantages d'être titulaire d'un titre de transport Frimobil. Les vidéos portent sur les thèmes « Ne perds pas ton temps », « Ne perds pas ton argent », « Ne perds pas tes avantages » et « Ne perds pas ta planète », sensibilisant ainsi le public à l'impact économique et écologique de l'utilisation des transports publics. L'objectif est de toucher l'ensemble des publics.



Dans le prolongement de la stratégie définie en 2021, Frimobil offre aux abonnés annuels un bon à l'occasion de leur anniversaire rond afin de renforcer leur fidélité. Cette action marketing est prévue sur dix ans, jusqu'en juin 2031. La communauté tarifaire envoie aux abonnés un courrier de vœux accompagné d'un bon de réduction de CHF 20.–, valable sur l'ensemble de l'assortiment des titres de transport public suisse.

Action fidélisation abonnés annuels – voyagez à deux



Dans le but d'accroître la part modale et de renforcer la fidélité de ses abonnés annuels, Frimobil leur a proposé de voyager à deux, sans supplément, les soirs de juillet et août dès 19h00.

Fidélisation des jeunes adultes – rabais sur l'abonnement annuel

Afin de fidéliser les abonnés annuels Frimobil passant du tarif jeune au tarif adulte lors de l'année de leur 25^e anniversaire, Frimobil leur accorde un rabais de 12.5% lors du renouvellement de leur abonnement.

Cette mesure permet de lisser l'augmentation tarifaire de 25% en deux étapes, la rendant ainsi moins brutale. Elle vise également à réduire la perte de clients lors du passage au tarif adulte.

Abonnement weekends

En 2025, l'abonnement weekends a été repensé. Il permettait aux abonnés d'en bénéficier durant deux périodes distinctes, d'avril à mai puis de septembre à octobre. Cette offre s'adressait aux personnes souhaitant profiter des beaux week-ends du printemps et de l'automne pour se balader à un tarif préférentiel sur l'ensemble du périmètre Frimobil. L'abonnement était disponible en 2^e et en 1^{re} classe.

Par ailleurs, une série de suggestions de balades et un agenda culturel étaient proposés sur une page web dédiée (<https://aboweekends.frimobil.ch>) afin d'inspirer les clients.



FlexiAbo



Cet abonnement, qui existe depuis décembre 2021, répond aux besoins des personnes travaillant à temps partiel ainsi qu'aux nouvelles attentes en matière de mobilité.

Le FlexiAbo 100 jours correspond à environ deux jours d'utilisation par semaine. Il est proposé en version annuelle pour les segments adulte et jeune, en 1^{re} et 2^e classe, et reste valable pour les zones Frimobil choisies par le client, selon le même principe que l'abonnement annuel.

Cet abonnement personnel inclut un nombre de jours définis que l'abonné peut activer à l'avance ou jusqu'au moment de son voyage, via un calendrier virtuel accessible depuis son compte SwissPass. Les jours peuvent également être désactivés jusqu'à la veille du voyage.

Offre Famille

Une campagne dédiée aux familles a été mise en place afin de les informer des offres qui leur sont proposées, telles que la carte Junior et la carte Enfant accompagné. Cette campagne était en outre accompagnée d'une offre spéciale pour le demi-tarif Découverte.



JobAbo

Afin d'encourager l'utilisation des transports publics dans le canton de Fribourg et la Broye vaudoise, Frimobil a lancé, en août 2020, les abonnements JobAbo en version annuelle et mensuelle.

Le JobAbo annuel est un abonnement Frimobil bénéficiant d'un rabais d'au minimum 20%, grâce à une participation financière conjointe de l'employeur (au minimum 10%) et de Frimobil (10% fixe). Cette offre concerne les abonnements annuels Frimobil pour adultes (1^{re} et 2^e classe) ainsi que pour les jeunes jusqu'à 25 ans (2^e classe), quel que soit le nombre de zones choisies. À noter qu'une version « Flexi-JobAbo » est également disponible depuis le printemps 2024.

Le JobAbo mensuel permet quant à lui de tester l'offre de transports publics pendant un mois à moitié prix. Il repose sur une participation fixe de 25% de l'employeur et de 25% de Frimobil. Sont concernés les abonnements mensuels Frimobil pour adultes (1^{re} et 2^e classe) et pour les jeunes (2^e classe), indépendamment du nombre de zones sélectionnées.



Abonnement mensuel Frimobil + PubliBike



En août 2023, Frimobil s'est associée à PubliBike afin de proposer une offre combinée « abonnement mensuel Frimobil + PubliBike ». Cet abonnement permet aux utilisateurs de se déplacer aussi bien en transports publics qu'à vélo ou à vélo électrique. Proposée initialement comme offre pilote, cette solution était disponible pour un supplément de CHF 5.- par rapport à l'abonnement mensuel Frimobil standard.

Le produit est proposé de manière pérenne depuis le 15 décembre 2024. Par ailleurs, depuis mai 2025, cet abonnement est également disponible en version annuelle.

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 32'200 clients qui ont été contactés, 16 ont procédé à l'achat de l'abonnement annuel Frimobil.

Répartition des recettes :

- En début d'année 2025, calcul de la clé définitive 2024 et de la clé provisoire 2025.
- Sur proposition du Groupe de Travail Répartition des recettes, le Comité directeur a décidé de passer à une clé fixe dès la période d'offre 2027-2028. Les recettes Frimobil seront réparties au travers d'une clé fixe et les recettes demi-tarif au travers d'une clé dédiée.
- Le Groupe de Travail Répartition des recettes a effectué, en début d'année 2025, des projections de recettes 2025 et 2026 ceci afin que toutes les entreprises de transport et les commanditaires puissent se baser sur les mêmes données. A noter que les recettes 2025 ont été revues mais cela n'a pas eu d'effet sur les offres qui étaient en cours.
- En fin d'année 2025, le Groupe de Travail Répartition des recettes a effectué des projections de recettes sur l'année 2025 pour répondre à une demande des CFF.
- Au niveau du centre de compétence « Enquête » géré dans Moviplus³ par Frimobil, il est à noter que 3 enquêtes se sont déroulées à l'automne 2025 : TPC (une entreprise de transport du Chablais, nouveau marché, qui avait besoin de données dans Mobilis), Frimobil et Onde Verte.
- Le Centre de compétence « Enquête » a fermé ses portes au 31.12.2025. Celui-ci est migré dans Frimobil. Il sera actif en 2026 en tout cas pour la réalisation d'une enquête pour Mobilis. La suite reste à voir car Contrôle + devrait être disponible en 2027.
- Une enquête de structure des titres de transport a été réalisée en automne 2025 et effectuée au moyen du système d'enquête EDO-TT (enquête digitale optimisée des titres de transport) de Moviplus. Cela a eu pour impact que le Groupe de Travail Répartition des recettes a pu répartir les recettes de l'année 2025 avec des résultats à jour provenant de cette nouvelle structure des titres de transport (répartition effectuée au moyen de la nouvelle clé Frimobil qui a été calculée et validée au début de l'année 2026).
- En cours d'année, le Groupe de Travail Répartition des recettes a effectué une analyse sur le taux de resquille dans le marché fribourgeois. Un rapport a été fourni au Comité directeur qui a mandaté le Groupe de Travail d'effectuer cette tâche chaque année dorénavant.

Branche des transports publics

Mesures tarifaires

- L'Alliance SwissPass en tant que porte-parole de la branche, a communiqué que les entreprises de transport renonçaient à une mesure tarifaire en décembre 2025.

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.

³ 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.

- AGr Verbünde : Mme Valérie Chanez a participé au groupe de travail des communautés tarifaires jusqu'en mai 2025.
- AGr GTB : Mme Valérie Chanez a participé au groupe de travail dispositions tarifaires communes jusqu'en mai 2025.
- KoM : Mme Valérie Chanez a été élue dans la commission marché et participe à ces séances depuis mars 2025.
- Echange marketing ASP : Mme Valérie Chanez participe aux réunions qui ont lieu 3 fois par année et qui permettent au mandataire de la branche ainsi qu'aux communautés tarifaires et entreprises de transport d'échanger sur différents sujets marketing.
- GNEC : au niveau national, les communautés tarifaires romandes sont représentées au sein du GNEC (groupe de contrôle des données de comptage) depuis l'automne 2020 par M. Gilles Champion des TPF.

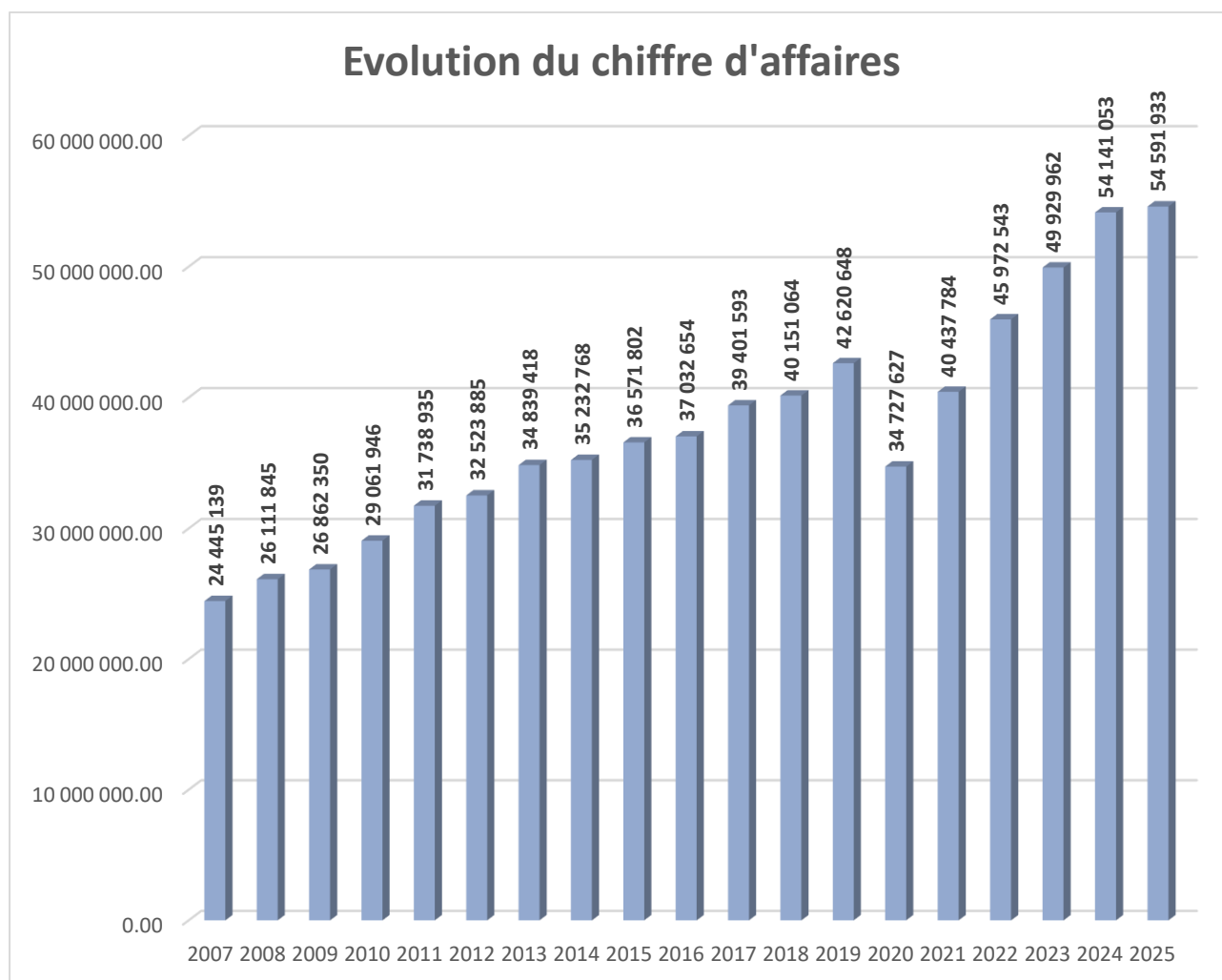
Collaboration en Romandie

- 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. En parallèle à cela, beaucoup d'échanges en bilatérale ont lieu avec les communautés voisines que sont Mobilis et Onde Verte.

Chiffre d'affaires et données du marché

En 2025, les recettes Frimobil s'élèvent à CHF 54'591'933.— (en tenant compte des recettes de l'abonnement ½ tarif). Nous constatons une augmentation du chiffre d'affaires de 0.8% comparé à 2024*.

*En réalité, l'augmentation entre 2024 et 2025 était de 2.26%. En effet, en 2024, des recettes concernant la vente d'abonnements spécifiques ont été réalisées deux fois (une fois en début d'année 2024 pour 2024 et une fois en décembre 2024 pour 2025).



Comptes et fonctionnement

Organe de révision

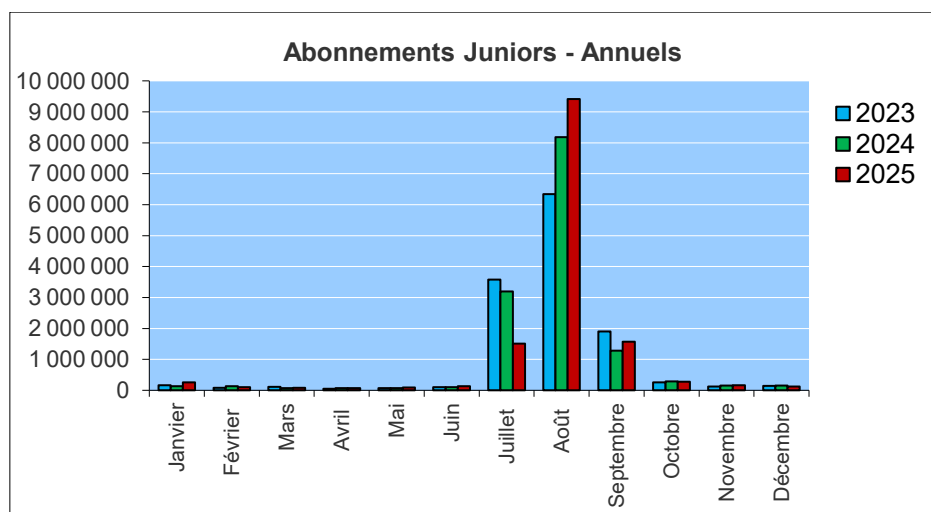
La vérification des comptes a été réalisée par l'entreprise PWC, qui a officié en qualité d'organe de révision et a approuvé la tenue des comptes 2025 et le bouclage de ceux-ci.

Les coûts de fonctionnement s'élèvent à CHF 1'265'141.20. Par ailleurs, ces coûts représentent 2.32% du chiffre d'affaires.

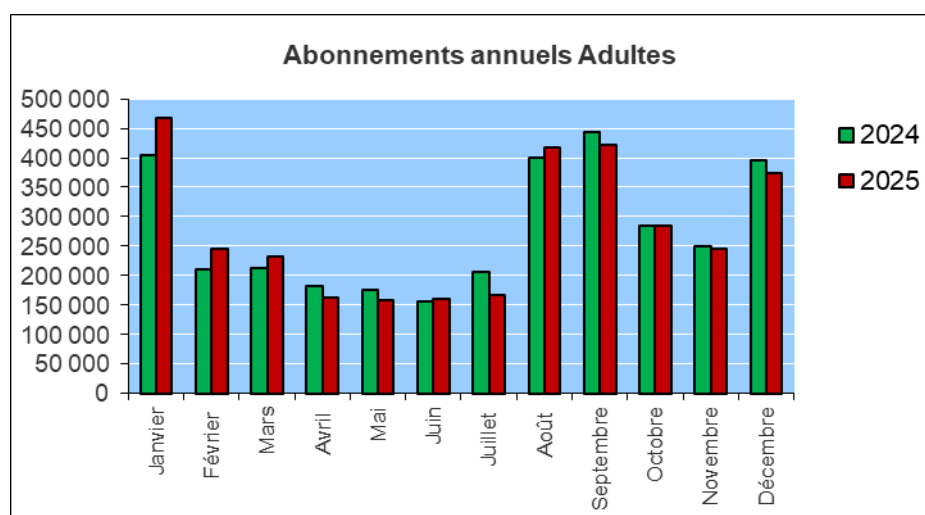
Statistique des ventes

Abonnements annuels

La vente d'abonnements annuels jeunes en 2025 représente 23'073 ventes pour un chiffre d'affaires de CHF 13'820'960.- Le chiffre d'affaires des abonnements annuels jeunes a diminué de 0.1% comparé à 2024, ce qui représente CHF -19'435.-.

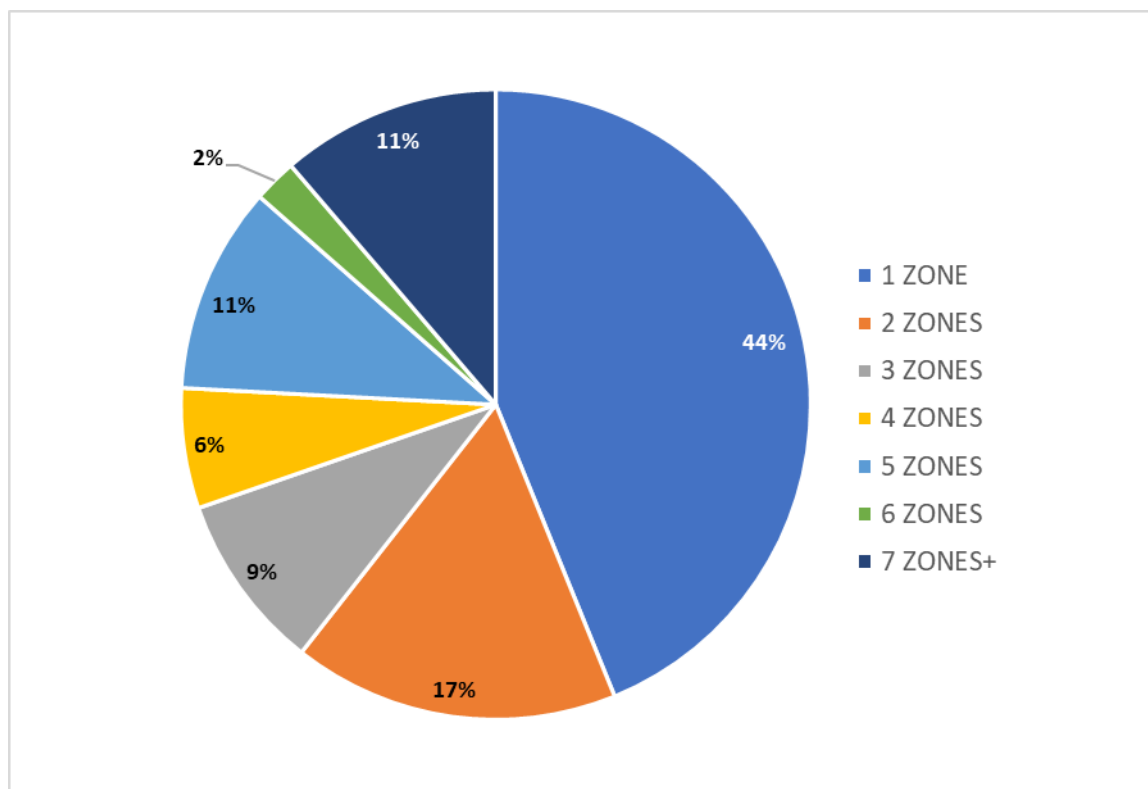


La vente d'abonnements annuels adultes en 2025 représente 6'494 ventes pour un chiffre d'affaires de CHF 3'334'959.- (hors requérants d'asile et réfugiés). Le chiffre d'affaires des abonnements annuels adultes a augmenté de 0.4% comparé à 2024, ce qui représente CHF 11'641.-.



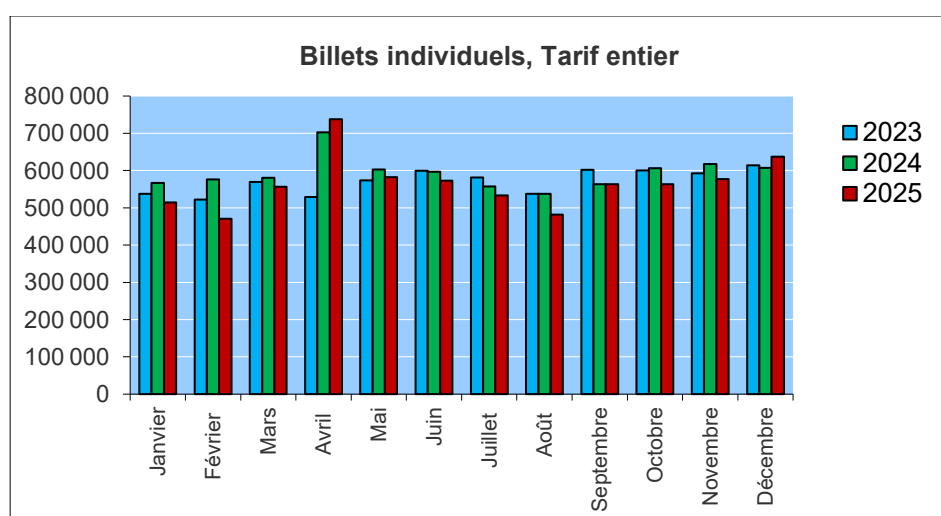
Répartition par zones - abonnements annuels adultes (hors requérants d'asile et réfugiés)

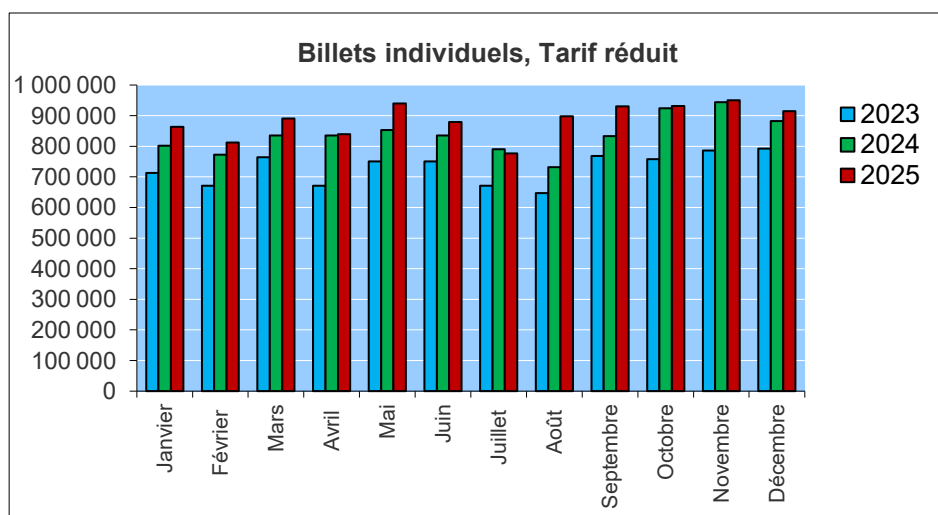
Les abonnements valables dans 1 zone sont les plus nombreux. Cela s'explique par l'attractivité des zones urbaines et principalement de la zone 10 (Fribourg). Sans surprise, les abonnements 2 zones sont à la seconde place, suivis par les abonnements 7 zones et plus.



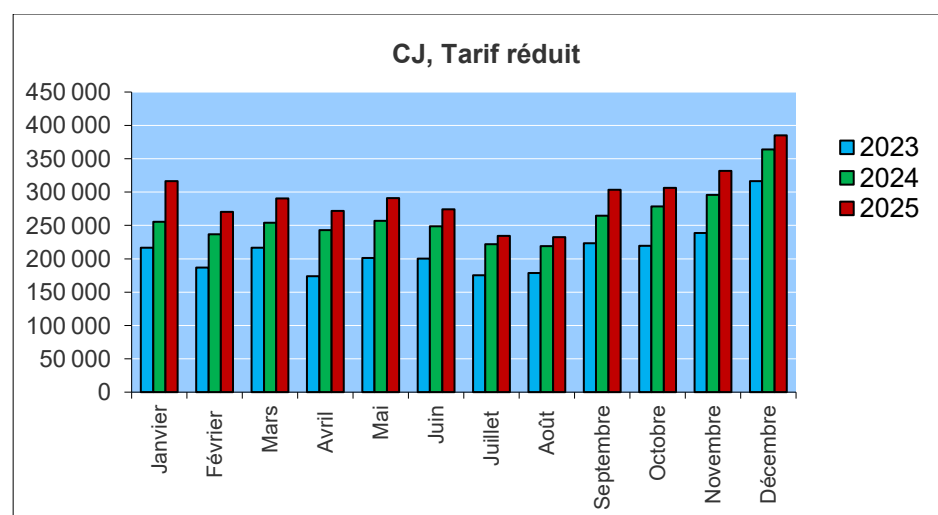
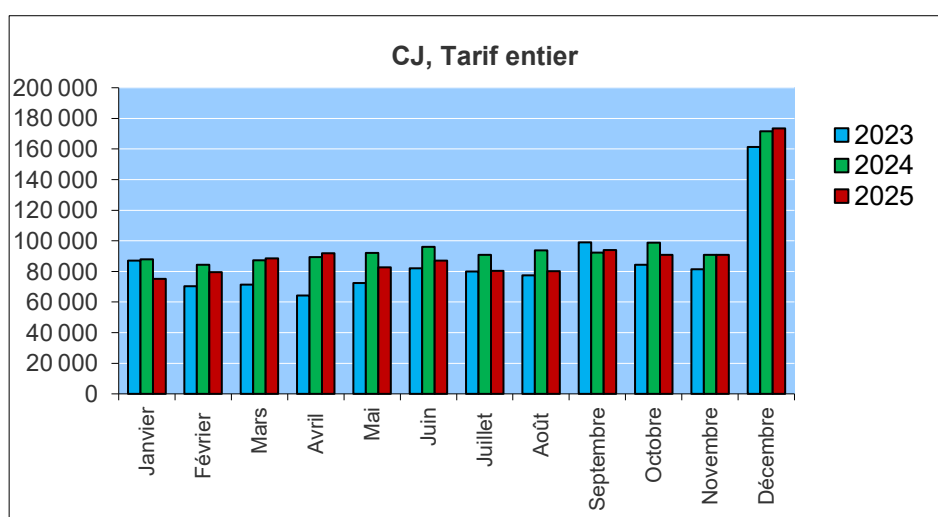
Billets individuels et cartes journalières

La vente des billets individuels en 2025 représente 4'776'508 ventes pour un chiffre d'affaires de CHF 17'415'509.-. Le chiffre d'affaires des billets individuels a augmenté de 1.5% comparé à 2024, ce qui représente CHF 260'575.-.





La vente des cartes journalières en 2025 représente 420'876 ventes pour un chiffre d'affaires de CHF 4'622'199.-. Le chiffre d'affaires des cartes journalières a augmenté de 7.2% comparé à 2024, ce qui représente CHF 308'652.-.



Perspectives, défis et opportunités 2026

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

- **Promotion du produit entreprise JobAbo et du FlexiAbo.** Ces deux produits permettent un élargissement de l'assortiment et représentent 2.1% des recettes totales et 3.9% des recettes abonnements. Le but est d'augmenter encore leur pénétration sur le marché Frimobil, où subsiste un potentiel significatif d'augmentation du chiffre d'affaires.
- En outre, une **campagne de conversion des abonnés mensuels vers l'offre annuelle avec rabais** va être effectuée à l'automne 2026.
- Les abonnés annuels auront l'opportunité de devenir ambassadeurs des transports publics cet automne dans le cadre de notre campagne « **Member get Member** ». En recommandant un abonnement annuel Frimobil à leur entourage, ils peuvent obtenir un bon de CHF 50.– ou CHF 100.– (selon l'achat), valable sur l'ensemble des prestations de transport public. De son côté, le nouvel abonné annuel bénéficie également d'une réduction équivalente sur son abonnement.
- Tout au long de l'année 2026, les abonnés annuels des zones 5 et 6 qui n'ont pas renouvelé leur abonnement ont la possibilité de le faire en bénéficiant d'une extension de l'offre: ils peuvent obtenir un abonnement 7 zones (toutes les zones Frimobil) au même tarif que leur abonnement précédent. Cette **action d'upgrade** vise à fidéliser les abonnés tout en les encourageant à élargir leur mobilité en transports publics.
- Afin de fidéliser les **jeunes qui passent à la tarification adulte**, nous leur offrons un rabais de 12.5% lors du renouvellement de leur abonnement annuel. Cela permettra d'échelonner l'augmentation de 25% sur 2 ans.

Les **actions marketing avec clientèle cible** (nouveaux habitants, seniors renonçant volontairement à leur permis de conduire et nouveaux détenteurs du permis de conduire) déjà en place vont perdurer dans le temps et permettront à Frimobil d'une part d'acquérir de nouveaux clients et d'autre part de faire connaître notre offre de titre de transport. Concernant les **avantages abonnés**, de nouveaux partenaires sont régulièrement approchés afin d'étoffer l'offre proposée à la clientèle ceci en vue de la fidéliser.

Dans les actions de fidélisation, nous pouvons citer le **mailing anniversaire** qui vise à remercier tous nos abonnés annuels fidèles qui fêtent leur anniversaire avec un chiffre rond. Nous leur offrons un bon de CHF 20.- valable pour les prestations de transports publics en Suisse.

Dans les bonnes nouvelles, Frimobil peut annoncer que l'**abonnement weekends** sera réédité pour sa 9^e année consécutive. Cet abonnement loisirs a pour but de faire utiliser les transports publics à la clientèle se déplaçant le week-end. En 2026, il sera à nouveau proposé sur deux périodes : au printemps et en automne.

En matière de promotions, **Frimobil célébrera ses 20 ans** à l'automne 2026. À cette occasion, l'entreprise ira à la rencontre de ses clients et de la population lors du Comptoir gruérien, où de nombreuses actions seront proposées. Une **carte journalière spéciale au prix de CHF 5.–** sera notamment offerte durant toute la durée de l'événement.

Lancé il y a deux ans, l'**abonnement mensuel Frimobil + PubliBike** enregistre une forte progression des ventes. Depuis mai 2025, une **version annuelle** est également proposée afin d'offrir cette solution de mobilité combinée aux détenteurs d'un abonnement annuel.

Au niveau de la communication clientèle, la communauté tarifaire peut s'appuyer sur son **site web**, son **dépliant** ainsi que sur ses **réseaux sociaux** (Facebook et Instagram). Ces derniers permettent à Frimobil de communiquer ses promotions auprès d'un large public.

Par rapport à la branche des transports publics, plusieurs projets en cours exerceront une influence directe sur les communautés tarifaires. Nous pensons notamment à :

- myRIDE : projet pour une nouvelle tarification
- Gouvernance 3.0 : l'ASP a débuté un projet portant sur cette thématique qui évolue en parallèle du projet myRIDE.
- Contrôle + : projet consistant à contrôler les titres de transports et à se servir des données récoltées pour les besoins de répartition des recettes.
- Distribution : un projet est en cours au sein de l'ASP afin de définir le modèle de distribution à l'horizon 2035. Il évolue en parallèle du projet myRIDE et devra notamment répondre aux besoins des clients non digitaux, en proposant des solutions adaptées à ce segment.
- Mesures tarifaires décembre 2026 : réflexions menées au début de l'année 2026 en vue de définir une adaptation tarifaire mesurée, conciliant un impact limité pour la clientèle avec la nécessité de couvrir l'évolution des coûts supportés par les entreprises de transport.

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

En conclusion, Frimobil aborde cette nouvelle année avec enthousiasme et détermination, et s'engage à concrétiser les nombreuses mesures présentées afin d'offrir à sa clientèle une expérience toujours plus attractive et performante dans les transports publics.

Givisiez, le 9 juin 2026



Nicolas Rérat
Président Frimobil



Valérie Chanez
Responsable Opérationnelle Frimobil