

SNCF VOYAGES
DIRECTION DU MARKETING

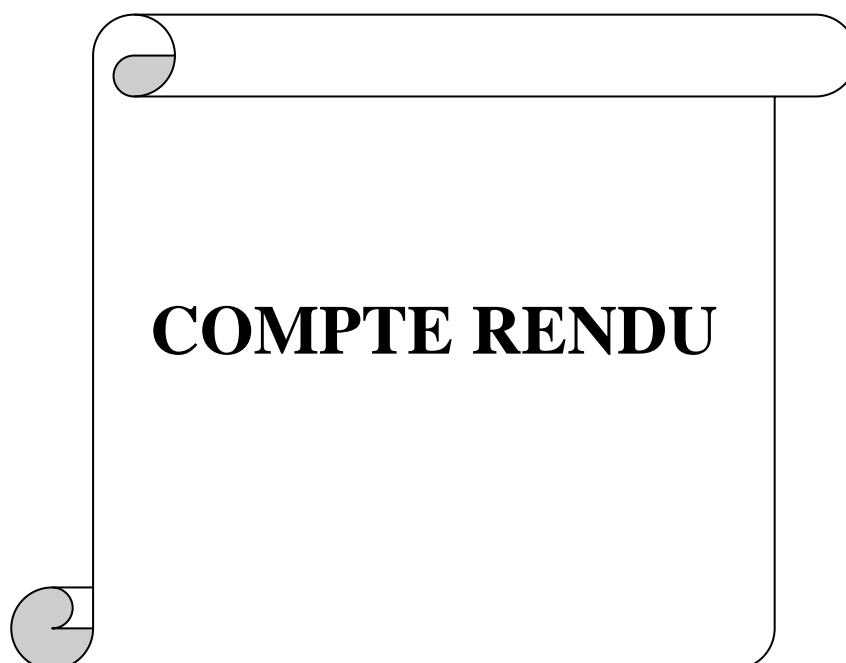
VERONIQUE MOUILLARD / NICOLE GIRARD
☎ 01 74 54 08 58 / 01 74 54 08 59



REUNION PLENIERE

**ASSOCIATIONS NATIONALES
DE CONSOMMATEURS**

Jeudi 12 septembre 2013



SOMMAIRE

Participants

Page 3

Nouvelle restauration TGV

Page 4 et 5

✍ Présentation reprise en annexe au compte rendu

Point à date sur les services

Pages 5 à 8

✍ Présentation reprise en annexe au compte rendu

ΣΣΣΣΣΣΣΣΣΣ

PARTICIPANTS A LA RENCONTRE

Représentants pour les Associations

M. Jean MILLET	CGL
M. Mario PELLÉ	CNAFAL
M. Guy BLANCO	CNAFC
Mme Christiane BRAND	Familles de France
M. Yann LAVAUX	Familles Rurales
M. Guy BEAUNÉ	INDECOSA-CGT
Mme Hélène MARCHAL	UNAF
M. Roland BRESSON	FENVAC
M. Marc DEBRINCAT	Représentant des Voyageurs au Conseil d'Administration de SNCF

Associations et représentants excusés :

M. Bernard GOYENETCHE	ADEIC
M. Serge MOURADIAN	AFOC
M. Gérard SCHREPFER	ALLDC
M. Daniel RABARDEL	ASSECO-CFDT
Mme Corinne RINALDO	CNL
M. Jean-Marie CARRIER	CSF
Mme Simone BIGORGNE	FNAUT
M. Jean LENOIR	FNAUT
M. Stéphane BERNARDELLI	UNAF

Représentants pour SNCF

Mme Sophie GRIMALDI	CRM Services
	Directrice de la Restauration
Mme Chrystel RAHARIJAONA	Marketing Services et Services Factory
M. Thomas LEFEBVRE SEGARD	Marketing Services Directeur Marketing & Production
Mme Véronique MOUILLARD	SNCF Voyages / Direction du Marketing
Mme Nicole GIRARD	Relations Associations de Consommateurs Relations Associations de Consommateurs

I. Nouvelle restauration TGV

Sophie GRIMALDI précise que le choix a été fait de réserver la primeur de cette nouvelle offre, au séminaire de presse de mi-octobre. Aussi, elle ne peut communiquer que ce qui est déjà paru dans la presse.

Fin juillet, nous avons annoncé que l'appel d'offre avait été remporté par la société Newrest et Elior pour une mise en place début novembre.

Cette entreprise toulousaine a de l'expérience dans l'approvisionnement des avions et était déjà sur le périmètre de TGV Est depuis 4 ans.

Depuis le démarrage de la réflexion sur la restauration, qui remonte à près d'un an, il y eu une phase d'appel à idées avec demande à des grands chefs et à des spécialistes de la restauration de réfléchir au sujet.

Il y a eu aussi la rédaction d'un cahier des charges et le lancement de l'appel d'offres.

SNCF a une volonté forte d'améliorer l'image de marque de la restauration notamment certains points sensibles identifiés par les clients qui sont principalement : la problématique de rapport qualité / prix, de temps d'attente trop important et un sujet de rupture en ligne.

Il y a donc un sujet de qualité qui est important mais également un sujet de rentabilité de l'activité. Nous avons la volonté de se servir de la restauration comme un outil de différenciation de la Pro 1^{ère}.

Les changements

Jusqu'à présent, la restauration était confiée à un prestataire externe auquel on disait vous avez la main et charge à vous de nous sortir la meilleure carte possible avec le service le meilleur possible.

Désormais, SNCF se réapproprie un certain nombre de missions qui étaient réalisées par les prestataires et notamment ce qui concerne l'approvisionnement et la gestion des stocks.

Concrètement, une partie des effectifs est transférée SNCF afin qu'elle acquiert l'expertise en ce qui concerne le nombre de marchandises à mettre à bord.

Nous serons, ainsi, en capacité de réagir au plus près aux besoins des clients.

Le chiffre d'affaires de la restauration qui, jusqu'à présent, était encaissé par les prestataires reviendra donc dans les caisses SNCF.

La mise en place d'un renforcement managérial aidera aussi les commerciaux à être encore plus au service des clients et à avoir une posture de service plus accentuée qu'aujourd'hui.

Un effort sera fait sur la lisibilité de la carte. Il y aura des marques, une offre gastronomique où l'on fait monter des grands chefs à bord.

Cette nouvelle offre sera proposée sur tous les trajets TGV supérieurs à 2 heures avec une offre Pro 1^{ère} dédiée, aux horaires des repas, du lundi au vendredi.

L'offre sera étendue aussi à INTERCITES, à partir de la deuxième moitié de 2014.

Concernant les trajets inférieurs à 2 heures, seule l'offre TGV spécifique à Paris-Lille va être relancée, fin septembre et sera pérenne. Car l'expérimentation lancée début 2013, et interrompue pendant l'été, a donné entièrement satisfaction.

Le prestataire est chargé de nous proposer le meilleur assortiment possible et nous faisons le choix de ce que l'on va mettre à bord.

Concernant la gamme de prix, nous sommes restés sur les mêmes prix qu'aujourd'hui.

L'approvisionnement en cours de route et les produits ultra frais n'ont pas été retenus.

L'offre variera à chaque saison, soit 4 fois par an.

II. Point à date sur les services

Chrystel RAHARIJAONA rappelle qu'elle s'occupe du marketing des services Loisirs.

A ce titre, elle réfléchit à la politique de services au global (hormis la restauration.).

Elle s'occupe également de la mise en place des services sur lesquels elle a réfléchi au sein de Services Factory. C'est une entité de SNCF Voyages, dédiée à la mise en place des services proposés par SNCF Voyages.

Elle donne quelques exemples :

Bagages à domicile, les services liés à l'espace de voyage comme TGV Family, l'Espace calme, Junior et Cie, le nouveau service porte à porte...

Elle vient présenter toute la réflexion menée en 2013 sur les familles en termes de services. Elle va également faire un point sur les nouveaux services porte à porte et espace calme, expérimentations démarrées en 2012.

Les enfants et les familles

Ce sont des services qui concernent beaucoup de personnes à des périodes particulières comme par exemple « les grands départs ».

Pour mémoire, l'été, **nous avons 17 millions de voyageurs dont près de 10 % d'enfants qui ont moins de 12 ans.**

Courant 2012, nous avons pris le temps d'écouter des familles pour savoir comment elles vivaient leur voyage en TGV. **On en retient que l'âge des enfants qui participent au voyage est un vrai critère différenciant pour la façon de vivre le voyage en TGV.**

On distingue les enfants de moins de 6 ans et ceux qui ont plus de 6 ans. A chaque moment du voyage, les parents ont des préoccupations différentes auxquelles il faut répondre.

❖ Avant le voyage

Il est important pour les familles de connaître quels sont les services adaptés à leurs besoins. Il faut, par exemple, savoir qu'à bord il y a un espace nurserie. On peut avoir aussi besoin de savoir, quels sont les sièges les plus proches des toilettes, pour éviter de traverser toute la voiture, savoir aussi s'il y a de la restauration à bord....

On fait en sorte que la mise en avant des services soit mieux mise en avant au niveau des canaux de distribution, que ce soit en gare ou sur Internet.

❖ En gare

Les familles redoutent la gestion des enfants et des bagages dans la foule jusqu'à ce qu'elles soient assises dans le train.

Nous allons essayer de faciliter l'attente et l'embarquement.

❖ A bord

Les parents désirent éviter de déranger les autres voyageurs et occuper les enfants. On peut réfléchir à différentes façons pour améliorer ce voyage. L'espace calme, par exemple, fait partie de cette réflexion.

❖ Après le voyage

Il faut absolument que les voyageurs puissent donner un avis et qu'on puisse en tenir compte. Nous disposons également de l'avis des voyageurs via les voyageurs eux-mêmes, par le biais des enquêtes mystères ou le baromètre TGV et les personnels au contact des familles. Tout cela nous permet de réfléchir aux différents points à recaler et améliorer.

 **Le rituel Famille**

M. LEFEBVRE SEGARD explique que les familles veulent toutes être reconnues comme familles mais aucune n'est identique.

Nous avons donc segmenté par l'âge, par le fait de voyager seul ou avec ses enfants, ou faire voyager ses enfants seuls.

Nous allons essayer d'apporter une réponse à chaque moment du voyage (avant, en gare, à bord et après).

Nous avons déjà un certain nombre de services que nous allons consolider. Nous allons également essayer de nouvelles choses pour construire des services répondant aux besoins de nos clients.

Actuellement, nous avons **trois services** « tête de gondole » : **TGV Family, Junior & Cie, Pack Famille.**

☞ *Les données chiffrées de ces services pour l'été 2013 sont reprises dans la présentation jointe au compte rendu.*

Mme RAHARIJAONA ajoute qu'il y a de plus en plus de demandes pour **Junior & Cie**, service auquel les familles sont très attachées car il leur permet de se voir. En effet, de plus en plus d'utilisateurs sont des parents divorcés qui utilisent Junior & Cie pour leurs enfants un week-end sur deux.

Depuis 2011, le service fonctionne le week-end sur certaines relations et nous sommes attentifs aux relations demandées afin de les développer. Ces relations sont différentes de celles des périodes de vacances.

Elle cite l'exemple de Paris – Lyon, relation sur laquelle nous retrouvons presque toujours les mêmes enfants qui finissent par se connaître entre eux. Aussi, de notre côté, nous essayons de mettre toujours les mêmes animateurs. Cela permet de mettre en place une sorte de routine rassurante pour tout le monde.

M. BLANCO (CNAFC) demande quelles sont les relations concernées ?

Mme RAHARIJAONA précise que l'on s'est calé sur les vingt plus grosses relations de l'été 2013.

☞ *La liste de ces relations est reprise dans la présentation jointe au compte rendu.*

Il y a des relations sur lesquelles nous ne proposons pas le service. Par contre, sur d'autres comme Paris-Lyon, il faudrait que l'on propose plus de places pour les week-ends. Nous avons 15% de demandes en plus par rapport à l'an dernier.

Mme MARCHAL (UNAF) demande si les relations par correspondance sont assurées et quel âge doivent avoir les enfants pour pouvoir bénéficier de ce service ?

Mme RAHARIJAONA précise qu'il n'y a pas de relations en correspondance car beaucoup trop difficile à gérer pour le moment. Pour bénéficier de Junior & Cie, les enfants doivent avoir de 4 à 14 ans.

Mme BRAND (Familles de France) demande le coût de ce service ?

Mme RAHARIJAONA rappelle que le service est forfaitaire à partir de 30 €.

M. LEFEBVRE SEGARD ajoute qu'il y a deux niveaux tarifaires. Les courts trajets à partir de 30 € et les trajets dépassant 2h30 à 42 €.

Ce tarif est dégressif en fonction du nombre d'enfants.

Il s'agit du prix du service auquel il faut ajouter le prix du billet de train.

Mme RAHARIJAONA ajoute que, dans la mesure du possible, les enfants sont regroupés dans une voiture qui leur est réservée.

Mme MARCHAL (UNAF) demande combien il y a d'animateurs ?

Mme RAHARIJAONA confirme qu'il y a un animateur pour 11 enfants, les normes des centres de loisirs étant de 1 pour 12.
Elle insiste sur la nécessité de prévenir si l'enfant a un handicap.

Mme RAHARIJAONA explique ensuite ce qu'est le « **Pack Family** ». Il s'agit d'un pack avec une boisson, une friandise et de quoi se distraire (livre, coloriage ...). Ce pack est offert au moment des grands départs principalement à Paris Gare de Lyon et Paris Montparnasse mais également en Province selon les demandes des gares. Le but étant que chacun puisse en bénéficier au moins une fois, à l'aller ou au retour.

☞ Le détail du rituel Famille de l'été 2013 avant le voyage, en gare, à bord figure dans la présentation jointe au compte rendu.

M. LEFEBVRE SEGARD précise que des enquêtes de satisfaction Junior & Cie systématisées après chaque voyage effectué en périodes scolaires donnent la possibilité aux clients de donner leurs impressions et faire des commentaires.
Cela nous permet de connaître les attentes des clients et de croiser, en cas de problème, différentes boucles de vérification.

Le Porte-à-Porte

Il s'agit d'une expérimentation lancée fin 2012.

Ce service offre la possibilité de réserver un véhicule avec chauffeur ou un taxi avant et à la suite d'un parcours en TGV.

Cette prestation s'achète avant le voyage, mais pas forcément en même temps, et peut être réservée jusqu'à 20h00 la veille. C'est une offre forfaitaire.

Le but est de faciliter la fluidité du voyage du client avec des services simples à comprendre.

☞ Le détail est repris dans la présentation jointe au compte rendu.

Cette offre est très bien accueillie par les clients très satisfaits et le taux de recommandation est important.

L'expérimentation a commencé à Aix-en Provence TGV car c'est une gare un peu décentrée.
15 grandes gares TGV seront desservies d'ici à fin 2014. L'idée est d'être présent sur les plus grosses gares TGV.

☞ La liste de ces gares figure dans la présentation jointe au compte rendu.

M. BLANCO (CNAFC) comment s'achète ce service ?

Mme RAHARIJAONA explique que ce service s'achète uniquement sur Internet, soit à la fin de l'achat du billet de train, soit plus tard sur le site www.voyages-sncf.com, ou sur le site porte à porte (www.pap.sncf.com).

Nous travaillons avec un seul partenaire dans chaque gare. Ce partenaire est choisi suite à un appel d'offres.

Espace Calme

C'est une expérimentation lancée avec le TGV Rhin Rhône qui répond à une demande de clients qui veulent avoir du calme.

Nous sommes, actuellement, dans la deuxième phase de cette expérimentation. Cette offre est surtout valable sur les longs trajets.

Cet espace est proposé au moment de la réservation et est gratuit.

☞ Le détail est repris dans la présentation jointe au compte rendu.