



Tarification Grandes lignes de la SNCF (TGV et Intercités) : offres à coûts réduits et à prix réduits

Face à une concurrence croissante de l'avion low cost, de l'autocar, du covoiturage mais plus largement encore de la voiture particulière avec un prix de carburant actuellement très bas, la SNCF a été conduite pour son activité Grandes lignes (TGV et Intercités) à créer quelques offres à bas coût et à multiplier des prix réduits à grand renfort de publicité.

Les Intercités desservent aujourd'hui 24 lignes, avec l'Etat comme autorité organisatrice, mais 18 d'entre-elles vont être progressivement transférées aux Régions. La carte jointe (cf. annexe 1) représente la répartition entre les différentes AOT prévue pour 2020.

Les Régions venant de bénéficier de la liberté tarifaire pour les TER, l'analyse ne porte, en conséquence, que sur l'activité Grandes lignes, TGV et Intercités.

Des questions importantes seront donc à traiter dans un avenir proche. Elles portent notamment sur l'intégration des tarifications dans le cas de voyages avec correspondance et la portée des cartes de réductions nationales qui s'étend aujourd'hui aux TER, hors réseau d'Île de France.

La présente note a pour but de porter le regard des usagers sur les évolutions tarifaires récentes. Dans quelle mesure répondent-elles aux attentes des différentes catégories de voyageurs ? Leur caractère commercial est-il compatible avec les impératifs de service public que doit assurer la SNCF soumise au code des transports ?

Les coûts réduits

1. Des offres à coûts réduits (et donc à prix réduits)

✓ La gamme iDTGV visait à réduire certains coûts de production grâce à une commercialisation exclusive par Internet et en faisant circuler à coût marginal une rame accouplée à une rame à tarification classique.

Les iDTGV sont supprimés en 2017. Le nombre d'itinéraires desservis n'avait cessé de baisser après la suppression des relations à « courte distance ». Les relations transversales, dont les fréquences ne cessent de diminuer, ont été systématiquement oubliées.

✓ OUIGO (cf. carte en annexe 2) constitue une véritable offre low cost avec une organisation qui vise à baisser fortement tous les coûts de production. Des trains de très grandes capacité (deux rames TGV Duplex accouplées) ont été spécialement aménagées : haute densité de sièges et absence de 1^{ère} classe, service réduit à bord (peu de prises de courant, bagages payants, pas de bar...). Dans certains cas, les gares de départ ou d'arrivée (exemple Tourcoing) sont excentrées pour bénéficier de péages réduits.

✓ Les Intercités 100 % Eco constituent aussi une offre low cost, donc low price, (billets de 15 € à 35 €) en augmentant l'utilisation de rames Corail sur quatre axes :

- Paris Austerlitz – Toulouse : les vendredis, samedis, dimanches et lundis,
- Paris Austerlitz – Bordeaux Saint-Jean : les vendredis, samedis, dimanches et lundis,
- Paris Austerlitz – Nantes (Le Croisic en été) : les samedis et dimanches,
- Paris Est – Strasbourg : les vendredis, samedis et dimanches.

Les billets ne sont pas remboursables. Seuls les billets Ouigo sont échangeables sous conditions.

Dans tous ces trains, la tarification ne dépend pas du statut du voyageur (jeune, senior...) et est soumise aux seules règles du yield management pur comme dans l'aviation commerciale : plus le train est chargé, plus il est cher.

2. Les attentes des usagers sur le « low cost »

L'analyse de l'offre ci-dessus révèle que le nombre de circulations low cost, malgré leur développement récent, reste réduit dans l'espace comme dans le temps.

Les liaisons transversales, y compris importantes comme Nice – Lyon, Strasbourg – Lyon, Nantes – Lyon et Toulouse – Lyon en TGV ou Bordeaux – Marseille et Toulouse – Nice en Intercités sont systématiquement oubliées. Nombre de relations ne sont pas quotidiennes.

Sur les radiales, les villes moyennes ne sont pas desservies.

Le rail concentre son offre low cost sur un nombre très réduit de relations, accentuant ainsi la discrimination entre quelques grands axes radiaux et le reste du réseau. C'est le contraire de ce qu'attendent les usagers.

Le problème de fond est que le low cost routier (autocar et covoiturage) peut être pratiqué sur tous les itinéraires et sur toutes les origines-destinations.

De même, à l'inverse de Ouigo, le low cost aérien est basé sur une flotte unifiée d'appareils de petite capacité mais exploités intensément sur une plage horaire très large et sur un grand nombre d'itinéraires.

Il est donc indispensable que le ferroviaire recherche un modèle de low cost applicable également au réseau classique ou sur des parcours « mixtes » comportant des tronçons de LGV.

Le « contre exemple » de Ouigo est l'offre IZY de Thalys, le TGV low cost Paris – Bruxelles basée, entre autres mesures, sur l'emploi de matériel non spécifique, l'intensification de l'utilisation des rames et sur des économies de péages en utilisant le réseau classique et non la LGV sur plus de la moitié du parcours.

De même, le modèle de l'aller en train de nuit-retour de jour en Intercités 100 % Eco Paris – Toulouse qui obtient le meilleur bilan financier parmi les Intercités devrait être étudié pour les relations à longue distance.

Sur la base de ces pratiques, il est indispensable de construire de nouvelles offres « low cost » qui permettraient de couvrir, par exemple, les liaisons évoquées ci-dessus.

Les « petits prix »

3. Des offres à « petits prix »

A défaut de coûts réduits, la SNCF propose aussi des offres à prix réduits.

Il faut d'abord noter que ces offres « petits prix » ne pourront être pérennisées que si, comme vu ci-dessus, la baisse des coûts de production est maîtrisée et étendue, tant pour l'offre low cost que classique.

En 2015 la SNCF a initialisé TGV pop, offre entièrement digitalisée essentiellement destinée aux jeunes. Les candidats au voyage « votent » pour la mise en circulation d'un train. Si les intentions de voyages sont suffisamment nombreuses, des prix réduits sont proposés sur un nombre limité de relations radiales.

En 2017, elle lance l'offre à prix réduits TGV MAX pour les 12-27 ans, exclusivement commercialisée sur Internet mobile. Moyennant un abonnement mensuel, on peut réserver sous conditions un nombre « illimité » de voyages dans les 94 % trains offrant régulièrement des places disponibles.

Pour les TGV et les Intercités à réservation obligatoire, la SNCF propose des billets non échangeables et non remboursables à prix réduits lors d'achats anticipés, les « Prem's », ou procède, pour les seuls possesseurs de cartes commerciales (Jeunes, Week-end, Enfant+ et Senior+), à des « déstockages » de places invendues, sous l'appellation « offres de dernière minute » pour les TGV et « Happy Hour » pour les Intercités.

Ces ventes regroupées sous l'appellation « petits prix » ressortent essentiellement d'un coût marginal et ne résultent donc pas d'une production à bas coût.

Les prix dépendent du taux d'occupation des trains. Ces ventes ont donc un caractère commun : elles sont aléatoires, tant au niveau des prix que des trains qui les proposent.

Le yield management fonctionne comme dans l'aérien, mais avec une différence importante dans le cas de l'aérien : la concurrence oblige les compagnies à la modération. Dans l'aérien, une compagnie qui disparaît est remplacée par une autre. Dans le ferroviaire, c'est l'offre qui se contracte.

C'est ce que les usagers constatent maintenant dans toutes les activités du ferroviaire : du fret au TGV – à périmètre de réseau LGV donné – en passant par les TET et certains TER. La SNCF se garde de communiquer sur son plan de réduction des relations TGV.

4. Les attentes des voyageurs sur les petits prix : l'absolue nécessité de maintenir une tarification intégrant le concept de service public

Paradoxalement, on constate ainsi que les « petits prix » sont issus d'un raisonnement purement commercial mis en œuvre avec le yield management alors que, d'un point de vue de l'utilisateur, ils devraient répondre davantage à un besoin de service public.

Ce qu'on constate aujourd'hui est donc plutôt le contraire de ce qu'attend le voyageur-usager.

Or, il est évident que la majorité des voyageurs se déplacent d'abord par nécessité, ce qui nécessite pour l'offre classique une tarification à faibles prix beaucoup plus large, mais aussi des offres low cost très étendues.

On retrouve là la nécessité absolue de garder à la tarification commerciale de la SNCF un caractère de service public, conformément à l'article L. 2141-1 du code des transports : La SNCF a pour mission d'exploiter « selon les principes du service public » pour obtenir « l'utilisation la meilleure au plan économique et social du système de transport ».

La tarification classique

5. La tarification « classique » et l'importance des « cartes de réductions »

Fort heureusement, une réponse, au moins partielle, à cet impératif de caractère de service public de la tarification est apportée par la création par la SNCF de « cartes de réductions » (Jeune, Week-end, Enfant+ et Senior+) pour les voyageurs, sinon fréquents, du moins pour ceux qui effectuent plusieurs allers retour par an.

Grâce au yield, les voyageurs sans carte, pour des achats anticipés sur les trains les moins chargés, peuvent obtenir jusqu'à 35 % de réduction par rapport au plein tarif Loisir.

Les possesseurs de cartes bénéficient d'une réduction supplémentaire de 25 % par rapport au voyageur sans carte. Les réductions peuvent ainsi atteindre des taux très intéressants.

Les possesseurs de cartes bénéficient maintenant des réductions supplémentaires pour les billets non échangeables et non remboursables achetés soit en avance soit en dernière minute.

Un paradoxe est bien là : on constate ainsi que, présentées et étudiées comme commerciales et décidées sous la seule autorité de la SNCF, ces cartes qui couvrent toutes les catégories de clientèles et tous les itinéraires présentent un intérêt majeur pour le service public : contrairement au yield management dans l'aérien, les voyageurs bénéficient d'une réduction garantie de 25 % même en heure de pointe et pour l'ensemble des trains du réseau.

Ces cartes sont à mettre sans hésitation à l'actif de la SNCF d'autant plus qu'elles ont été récemment améliorées :

- réductions minimales garanties portées de 25 % à 30 % pour les jeunes,
- carte week-end utilisables par deux personnes au lieu d'une,
- réduction minimale de 40 % en 1^{ère} classe pour les seniors,
- prix réduits spécifiques pour les « petits prix »,
- réductions spécifiques pour des prestations annexes (restauration, location de voitures, bagages à domicile).

Par contre, la tarification pour les familles est catastrophique.

Le train est beaucoup trop cher avec la carte Enfant + (25 % de réduction pour une à quatre personnes accompagnant un enfant de moins de douze ans). Dès que l'enfant a douze ans, la tarification est dissuasive.

Ce constat est d'autant plus grave que les familles ont des besoins de déplacements importants en période chargée comme en période creuse et qu'avec un coefficient moyen d'occupation des TGV de l'ordre de 75 %, des pistes d'améliorations peuvent être recherchées.

Parmi ces pistes, on peut noter la tarification « Minigroup » de Thalys qui propose des prix par personnes d'autant plus réduits qu'il y a de voyageurs qui voyagent ensemble.

Ces constats montrent le rôle fondamental que jouent les « cartes de réduction » dans les principes de tarification de la SNCF, principes qui, du point de vue des usagers et du service public, sont très supérieurs au yield management « brut » tel que pratiqué par les compagnies aériennes en concurrence avec la SNCF.

Dans l'encadrement de la tarification l'Etat doit donc veiller à assurer le maintien de certains principes pour la SNCF mais aussi pour d'autres opérateurs dans le cas d'ouverture à la concurrence sous forme de délégation de services public.

Des progrès indispensables

6. L'avenir du train et la tarification : les propositions de la FNAUT

L'avenir du train passe évidemment par la constitution d'une large gamme de prix réduits associée à une maîtrise des coûts de ses différentes prestations, du low cost à une offre de grande qualité. L'analyse des mesures actuelles amènent la FNAUT à proposer trois axes de progrès :

- une extension de l'offre low cost pour ne pas la limiter à un nombre limité de relations TGV, associée au maintien, avec quelques améliorations, des grands principes actuels de la tarification ;
- une amélioration importante de l'explication de la tarification et de la commercialisation du train, tant pour les clients actuels que potentiels ;
- une révision du modèle économique du système ferroviaire associée à une amélioration de la productivité en s'en prenant aux causes des surcoûts et non à leurs conséquences afin d'arrêter la spirale de réduction qui atteint maintenant toutes les activités de la SNCF.

1- La comparaison entre les offres « low cost » (OUIGO), « low price » (les « petits prix ») et la tarification « classique » assortie de cartes de réductions met en évidence deux catégories de propositions de la SNCF :

- des prix réduits qui présentent un caractère aléatoire puisque limités à certains trains, à certains horaires et à certaines catégories de voyageurs,
- des réductions garanties pour les porteurs de cartes sur tous les trains pour toutes les catégories de voyageurs.

L'offre low cost actuelle doit évidemment être développée mais aussi et surtout complétée en visant un modèle qui ne se limite pas à quelques grandes villes situées sur quelques lignes à grande vitesse.

La « sauvegarde » des cartes de réductions qui sont de la seule – et remarquable – initiative de la SNCF – et leur amélioration pour les familles est donc impérative si on veut que l'activité commerciale de la SNCF conserve un certain caractère de service public.

2- Pour être efficace cette tarification basée sur le yield management doit être comprise, donc expliquée et largement diffusée et pas seulement aux clients actuels du train.

La communication et l'information sur les cartes de réduction doit être fortement améliorée sur Internet et rétablie sur papier de façon complémentaire et synthétique.

Ces cartes sont présentées comme offrant « 25 % (30 % pour la carte Jeune) de réduction garantis » alors que cette réduction se calcule à partir des prix « Loisir » variables liés au yield. A cause d'une information très insuffisante, cet affichage est perçu par les clients actuels et surtout potentiels comme un contre sens qui dessert la SNCF elle-même.

De façon générale c'est toute la documentation de la SNCF qui est à reprendre sous la forme d'un guide du voyageur qui explique, notamment, les principes de la tarification puisque la seule règle du yield compréhensible par le voyageur : « plus on achète à l'avance, moins c'est cher » n'est plus en vigueur.

3- Si on veut réduire le prix du train de façon durable, la SNCF doit traiter les causes des surcoûts. Cela suppose de mettre en œuvre les principes d'exploitation du low cost de l'aérien en saturant l'utilisation du parc dimensionné pour couvrir les heures de pointe.

Cela implique le maintien de circulations en heures creuses, en début de matinée, en fin de soirée, voire de nuit, le train en place assise restant nettement plus confortable et plus rapide que l'autocar.

Le cadencement des horaires, qui est une pratique générale en Europe, sauf en France, contribue à faciliter ce modèle d'exploitation.

Le modèle économique est à rechercher en négociant les coûts des sillons en fonction d'un volume de commandes compte tenu de la part importante des coûts fixes dans les coûts d'infrastructures.

Ce point est fondamental et doit être étudié et mis en œuvre rapidement entre le client, SNCF Mobilités, et le fournisseur, SNCF Réseau, sous le contrôle de l'Arafer qui doit veiller à la réalisation de l'optimum économique du système ferroviaire.

Il est donc nécessaire de revenir d'une politique de « petits prix » à une « politique de volume » basée sur une production de type « low cost ».

La contribution de l'Etat est également à analyser, notamment en regard des pratiques européennes.

Annexe 1

Source : FNAUT



Annexe 2

Source : voyage-sncf.com

