

La SNCF va augmenter le nombre de billets à petits prix

TRANSPORT

L'entreprise publique prépare le lancement d'une nouvelle gamme tarifaire.

Elle doit clarifier l'offre et augmenter les petits prix.

Lionel Steinmann
@lionelsteinmann

La suppression progressive des iTGV (« Les Echos » du 8 mars 2017) ne sera pas la seule modification dans l'offre grande vitesse de la SNCF cette année. Selon nos informations, l'entreprise publique travaille plus largement à une évolution de son offre tarifaire, qui pourrait intervenir à la rentrée de septembre.

Mis en ligne il y a quelques jours, le rapport financier sur les comptes 2016 confirme cette perspective au détour d'une phrase, en annonçant pour cette année « le lancement de la nouvelle gamme tarifaire ». Les arbitrages ne sont pas encore tous calés, mais les changements attendus doivent s'articuler autour de deux principes.

L'offre tarifaire, tout d'abord, doit être clarifiée. La critique est récurrente chez les clients : la politique de prix pratiquée par la SNCF pour les TGV est parfois si touffue qu'elle en devient illisible. Les offres lancées pour séduire tel ou tel segment de la clientèle finissent par s'empiler et désorienter les voyageurs. La compagnie va donc s'efforcer de redonner de la cohérence et de la lisibilité.

L'arrêt des iTGV est un premier pas. « Depuis le lancement de l'offre low cost Ouigo, nous avons du mal à les positionner », explique une por-

te-parole. Malgré sa popularité, la marque va donc disparaître, et les circulations correspondantes (30 trains par jour, soit 4 % du trafic grande vitesse environ) seront assurées par des TGV classiques.

Nouvelles destinations

La principale question est de savoir si la SNCF osera à cette occasion tordre le coup à l'axiome qui régit sa politique tarifaire depuis des années : « Plus on réserve à l'avance, moins c'est cher. » Ce « yield management ascendant », qui interdit les promotions de dernière minute, s'est révélé intenable ces dernières années, notamment vis-à-vis de la clientèle jeune. La direction a donc fait plusieurs entorses à ce principe (en lançant par exemple les billets POP en 2015), mais sans l'assumer... ce qui a contribué à complexifier l'offre.

Second principe : la nouvelle gamme tarifaire doit augmenter le

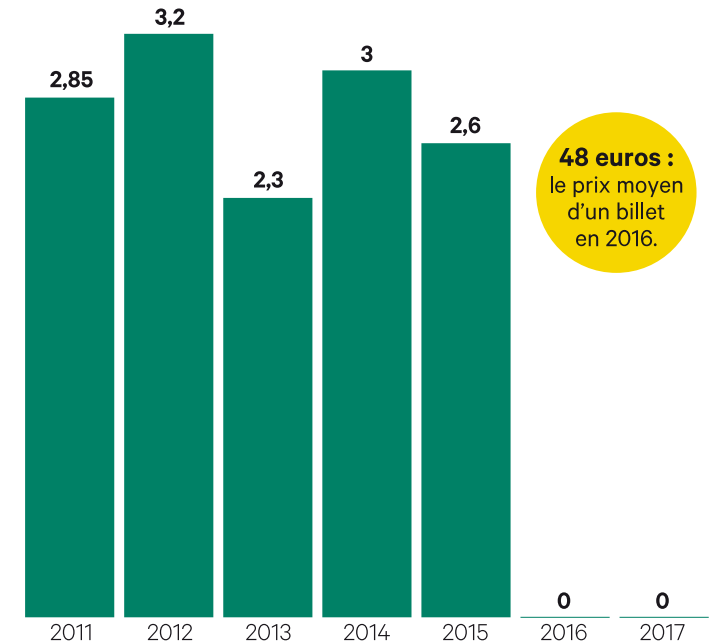
nombre de billets à petits prix. Plusieurs années de hausse des tarifs supérieure à l'inflation ont ancré dans l'opinion le sentiment que le TGV était devenu trop cher, notamment en période de pointe. Au point de provoquer une érosion de la clientèle, tentée par le covoiturage, l'aérien et désormais l'autocar.

La SNCF a répliqué en adoptant une stratégie basée sur les volumes. Elle joue la carte de la modération tarifaire, en faisant le pari que la baisse du panier moyen sera compensée par une augmentation du taux de remplissage de ses trains, ce qui permettra in fine de remonter les marges.

Cette stratégie devrait être amplifiée cette année, notamment au travers de l'offre low cost Ouigo, dont le déploiement va connaître un coût d'accélérateur. Bordeaux et Strasbourg figurent d'ores et déjà au nombre des nouvelles destinations cette année.

La SNCF gèle les tarifs

Hausse annuelle des tarifs, en %



« LES ÉCHOS » / SOURCE : SNCF

L'offre TGV classique continuera, elle aussi, à augmenter son offre de petits prix. Mais la clientèle affaires, la plus contributive, ne devrait pas être concernée, et la direction veillera sans doute à ce que les pro-

fessionnels se déplacent le moins possible, pour des raisons de coût, pour les billets ciblés loisirs, en durcissant par exemple les possibilités d'échange et de remboursement sur les petits prix. ■