

TGV renommé in-OUI par la SNCF : "La marque est abîmée parce que la concurrence est déjà là"

Gilles Dansart, de la lettre professionnelle Mobilettre, explique, que la création de l'offre in-OUI par la SNCF est une réponse à une concurrence qui "menace" le TGV.



Un TGV, en gare de Lille. (Photo d'illustration) (SEBASTIEN JARRY / MAXPPP)



France info Radio France 27/05/2017

La SNCF a annoncé qu'elle va "*progressivement*" changer sa marque historique des trains à grande vitesse TGV, devenant "in-OUI" à partir du mois de juillet. Invité sur France info samedi 27 mai, Gilles Dansart, le directeur de la lettre professionnelle *Mobilettre*, qui a révélé l'information, a estimé que la SNCF n'avait pas le choix car "*la marque TGV est abîmée parce que la concurrence est déjà là*".

France info : Qu'est-ce qui a motivé le changement de nom du TGV par "in-OUI"?

Gilles Dansart : La marque TGV est abîmée parce que la concurrence est déjà là. La concurrence, qui menace le plus le TGV, c'est Blablacar, le covoiturage, les cars Macron, les avions lowcost. Donc la SNCF considère qu'il faut rénover. Et comme les résultats de son offre lowcost Ouigo, lancée il y a quatre ans, sont

bons, elle s'est probablement dit - même si elle ne s'explique pas encore ces bons résultats - qu'il fallait continuer sur cette voie et renforcer les marques du TGV. Demain il y aura deux marques : Ouigo et in-OUI pour une clientèle qui voudra plus de confort.

Cette nouvelle offre veut-elle dire des prix de billet de train en baisse ?

Par rapport à ce qui existe non, on ne fera pas de miracle. Environ 40% du prix du billet fait partie du prix de l'entretien des voies. En revanche, il y aura le maintien de ces petits prix structurels avec Ouigo, mais aussi avec in-OUI puisque les fameux billets "Prem's" continueront à exister sur une petite part de la nouvelle offre.

L'offre tarifaire est très variée, y a-t-il un risque que les voyageurs ne s'y retrouvent plus ?

C'est sûr. Il y a une grande confusion sur la tarification aujourd'hui. Les gens disent qu'ils ne s'y retrouvent plus, mais une grande partie des voyageurs se sont habitués à jouer avec les offres tarifaires : les prix de dernière minute, etc. Donc on ne voit pas aujourd'hui ce qui va aller contre cette confusion des tarifs, puisque la concurrence ne s'arrête pas. Le covoiturage et les cars Macron vont continuer à inventer des choses. Nous sommes entrés dans une ère d'extrême concurrence, sans oublier celle qui va se produire peut-être dans trois ans avec de nouveaux opérateurs ferroviaires avec d'autres marques. Il faut sans doute s'habituer à cela.

Est-ce qu'avec cette nouvelle stratégie la SNCF peut faire revenir plus de gens dans les trains ?

Il n'y a pas de secrets : c'est d'abord la conjoncture qui donnera à la SNCF un peu plus d'oxygène. Depuis quelques mois les chiffres sont plutôt bons en terme de volume de passagers. En revanche, ce qu'on appelle le panier moyen (l'argent moyen dépensé par voyage) a tendance à baisser. On annonce, sur la nouvelle ligne TGV Paris-Bordeaux, des pertes estimées à 200 millions d'euros. On voit bien que le ferroviaire ne génère plus de recettes importantes, puisque que les coûts de construction et de maintenance sont très élevés.