

N°4
déc. 2014

B & YOU

Marketing & Sales : le client au centre

QUID Pourquoi un nouveau tarif à bord du train ?

AILLEURS Les mesures d'hiver en Suisse et en Espagne

PÉRIODIQUE DESTINÉ AU PERSONNEL DE LA SNCB



SNCB

VOYAGEZ RAPIDEMENT ET CONFORTABLEMENT VERS LES PLUS BELLES STATIONS DE SKI AVEC THALYS NEIGE!

59€*



www.sncb-europe.com



Contact Center SNCB Europe**
070 79 79 79 (0,30€/min)



Gares SNCB avec offre internationale**



Agences de voyages agréées SNCB Europe

* Tarifs disponibles en quantités limitées et soumis à conditions.
Plus d'informations sur www.sncb-europe.com.
** Lors d'un achat dans un de ces points de vente, des frais de dossier peuvent vous être facturés.



CHAMBÉRY, ALBERTVILLE,
MOUTIERS-SALINS, AIME-LA-PLAGNE,
LANDRY ET BOURG-SAINT-MAURICE

THALYS 

 SNCB
Europe

EDITO



Chers collègues,

Les défis sont nombreux pour la SNCB : nous devons stabiliser la dette et tenir compte, en parallèle, du montant significativement à la baisse des subsides octroyés par l'Etat. C'est pourquoi, notre ambition doit être focalisée plus que jamais sur le développement continu de nos chiffres de croissance : encore plus de clients dans nos trains !

Le credo de la direction Marketing & Sales, créée en juin 2014 : déployer tous les moyens pour convaincre le maximum de gens des avantages du transport par train, en service national comme international car à partir du 1^{er} janvier 2015, SNCB Europe fera aussi partie intégrante de notre direction. C'est clairement un objectif que nous ne pourrions pas remplir seuls : c'est un travail d'équipe, qui sollicite l'engagement de tous. Les spécialistes en marketing évoquent souvent les 'quatre P' du marketing mix : le Produit, le Prix, la Place et la Promotion. La clé de la réussite ? Une bonne combinaison de ces quatre aspects. Et c'est surtout le Produit - le train - qui est déterminant. Sans un produit de qualité et fiable, nous ne sommes nulle part. Et au jour d'aujourd'hui, hélas, nous ne sommes pas toujours en mesure de répondre aux attentes de nos clients.

C'est pourquoi, nous demandons à chacun de contribuer à l'objectif collectif. Car vous êtes tous des ambassadeurs marketing. Nombre d'entre vous sont chaque jour, d'une manière ou d'une autre, en contact avec le client. D'autres ont, même si ce n'est pas toujours en direct, une influence sur notre 'Produit'. Faire rouler les trains à l'heure, qu'ils soient propres et faciles à utiliser... Vous jouez tous un rôle décisif dans l'image de l'entreprise. Nous aurions beau baisser sensiblement nos prix, dépenser des millions pour des campagnes de pub et prévoir une gare dans chaque commune... si notre 'Produit' ne se conforme pas aux exigences de notre clientèle, rien n'y ferait ; nous n'attirerions pas de nouveaux clients.

Dans ce B & You, nous avons le plaisir de présenter notre toute jeune direction. Nous y expliquons comment nous comptons améliorer nos chiffres de croissance, pourquoi nous introduisons le tarif à bord et vous dévoilons aussi quelques coulisses : comment naît une B-Excursion ? Qui se cache derrière le compte Twitter @SNCB ? Nous, en tant que direction Marketing & Sales, sommes fiers de pouvoir vous parler de ce qui fait notre quotidien et lançons un appel appuyé : soyez tous des ambassadeurs marketing pour la SNCB !

Les bonnes résolutions pour 2015, pour ma part et l'ensemble du Comité de direction, sont donc simples : encore plus de clients à bord de nos trains !

Bonnes fêtes de fin d'année !



Bart De Groote
Directeur général
Marketing & Sales





COMITÉ DE RÉDACTION Fanny Bouillon, Caroline De Lille, Vanessa Vandenbruwaene, Sophie Vergucht, Sophie Villette, Anne Woygnet.
PHOTOS Veerle Baele (coordination), Julien De Wilde (Reporters), Benjamin Brolet, Kathleen Van Vaerenbergh, Shutterstock.
LAY-OUT Béatrice Duculot, Jérôme Bernard, Samuel Durt. **PRODUCTION** Albe De Coker. **EDITEUR RESPONSABLE** Michaël Vanloubbeek.
ADRESSE B&You, B-CP.023 section 13/2, 40 Avenue de la Porte de Hal, 1060 Bruxelles; bandyou@sncb.be. Membre de l'ABCI.

SOMMAIRE

3

EDITO

Bart De Groot

6

À vous!

Vos réactions

7

ESPRESSO

Quelques (infos) courtes et bien serrées

10

DOSSIER

B-MS. A vos marques !

16

LES EXPERTS

Des entreprises sur la bonne voie

20

TANDEM

Glenn et Kim : un an de @SNCB

22

AILLEURS

Les mesures d'hiver en Suisse et en Espagne

23

Buzz

Ce qu'ils disent de nous

24

Passion

La route de la soie

26

QUID

Le tarif à bord

28

Zoom

Les B-Excursions, un produit phare !

30

Des nouvelles d'INFRABEL

32

Infos de HR Rail

34

Pouss'café

Les marchés de Noël allemands : splendides !

Si j'étais CEO...

36

Concours

A gagner : un smartphone, un séjour 'bien-être'...



Jolanta Truchanowicz
Agent commercial
Bruxelles-National-Aéroport

À VOUS!



Parking gratuit pour le personnel

A propos de l'article concernant les parkings en gare, j'ai quand même une remarque. Dire que la place de parking est un cadeau pour le personnel, c'est un peu réducteur. En tant qu'employeur, vous pouvez difficilement demander à votre personnel de payer pour se garer, surtout s'il n'y a pas d'alternative. Je travaille à Gand-Saint-Pierre et c'est contre mon gré que je dois prendre la voiture pour venir au boulot 99% des jours que je preste (50 km par jour que je paye de ma poche). S'il faut rajouter les frais de parking, ça devient vraiment exagéré. Nous, conducteurs de train, sommes bien obligés d'utiliser la voiture : le matin, il n'y a pas encore de trains et le soir, il n'y en a plus. Donc, un peu de compréhension serait bienvenue.

Freddy Van de Velde - Conducteur de train, dépôt de Gand-Saint-Pierre

Les attestations de retard

Au guichet, j'ai régulièrement des écoliers qui viennent demander des attestations de retard pour l'école. Nous donnons toujours un print de la page Railtime, mais ne serait-il pas plus efficace d'adresser un mailing aux écoles pour expliquer qu'elles peuvent trouver ça elles-mêmes sur Railtime ? Cela épargnerait une masse de papier et diminuerait largement les files au guichet le matin. Et idéalement, les écoles devraient communiquer cela clairement à leurs étudiants ; ils sauraient qu'ils ne doivent plus se déplacer chez nous pour leur attestation.

Els Van der Meeren - Agent commercial, gare de Denderleeuw

Des pictos fluo

En tant qu'accompagnateur de train, nous sommes souvent confrontés à un problème en 1^{ère} classe. Souvent elles ne sont pas bien signalées et différenciées des 2^{èmes}, surtout sur le matériel M6 et Desiro. Cela nous cause souvent des problèmes ; si les voyageurs ne souhaitent pas payer le surclassement, nous devons les faire déménager, ce qui n'est pas toujours facile. En effet, ils ont parfois de nombreux bagages ou ce sont des familles avec des enfants. Nous souhaiterions des pictos plus visibles, voire fluo, afin de bien distinguer les 1^{ères} des 2^{èmes} classes.

Serge Van Oudenhove - Accompagnateur de train, dépôt de Charleroi

N'hésitez pas à nous envoyer des messages concernant les chemins de fer ou ce magazine.

Comment réagir ?

Par mail : envoyez un e-mail à bandyou@sncb.be.

Par courrier : envoyez un courrier à B&You, B-CP.023 section 13/2, 40 Avenue de la Porte de Hal, 1060 Bruxelles.





Nouveau : Lille-Genève à grande vitesse

Dès la mi-décembre, le TGV Lyria vous emmène à Genève au départ de Lille en moins de 4h30 et ce, quatre fois par semaine. Le prix de départ pour un aller simple est de 25 €. Si l'envie vous prend de vous rendre entre les bords du lac Léman et les pentes des plus hauts sommets d'Europe, il ne vous reste plus qu'à réserver vos tickets ! Plus d'infos sur www.b-europe.com ou dans les gares.



Des maquettes par dizaines, pour quoi faire ?

Des dizaines de maquettes de train seront exposées à Train World. Mais d'où viennent-elles ? Elles étaient fabriquées par les futurs techniciens des six écoles d'apprentissage de la Société Nationale des Chemins de fer Belges.



Après la guerre, les apprentis passaient pas moins de 24 heures par semaine à construire ces répliques quasi parfaites du matériel roulant de l'époque et du passé. Ce travail leur permettait d'apprendre les mécanismes de fonctionnement du matériel roulant, la soudure, à être minutieux, etc. L'objectif était également de garder une trace du passé. Les meilleures maquettes étaient récompensées chaque année dans le cadre d'un concours.

Voyage, voyage !

Le Père Noël et Rail Facilities ouvrent leur hotte de cadeaux. Vous rêvez de la grande bleue ? Voici déjà un petit aperçu des différentes formules d'évasion proposées pour 2015.

Au pays des fjords

Une croisière MSC vers les pays nordiques organisée pour vous à prix défiant toute concurrence. Départ le 12 mai de Bruxelles (autocar puis bateau). Vous avez le choix entre deux types de cabines.

Parfum de Grèce

3 dates sont proposées pour un séjour d'une semaine vers l'île de Kos dans un hôtel 5 étoiles, en demi-pension, à partir de 1.122 € pour deux personnes. Départs les 21/5, 4/6 et 01/10.

Les voyages proposés sont bilingues et accompagnés d'un guide. Attention, les places sont limitées. Alors, n'attendez plus, les réservations sont déjà ouvertes !

Plus d'informations sur la réservation et les conditions d'utilisation sur <http://railfacilities>.

LE
CHIFFRE1,3
million

C'est le nombre de téléchargements des applications offertes par la SNCB sur diverses plateformes (iPhone, Java, iPad, Android Tablet, Windows Phone). Depuis leur lancement, ces app's sont régulièrement mises à jour. Et depuis peu, une nouvelle version de l'application pour smartphones avec système d'exploitation Android permet, entre autres, l'achat de billets. Cette fonctionnalité existait déjà pour les utilisateurs d'iPhone. La navigation et l'affichage des infos en temps réel ont été revus, tant pour les systèmes IOS que pour Android.

A quand le Colruyt express ?

Certaines entreprises ferroviaires chinoises sont à la recherche de recettes supplémentaires en... vendant la 'marque' de leurs trains. Les firmes les plus offrantes peuvent ainsi 'adopter' un train et lui donner leur nom. C'est ainsi que circule déjà un train 'Bank of China', tout comme la société alimentaire Luziyao (connue en Chine pour son poisson en saumure) a son propre train. Une idée pour la SNCB ?

PRODUIT
SOUS LA
LOUPE

Dans chacun de ses numéros, B&You met un produit sous la loupe: en lisant cette rubrique, vous trouverez peut-être une formule intéressante pour vos amis ou votre famille.



Christmas Deal

Késaco ?

Un forfait sympa permettant de se déplacer à prix attractif durant la période de Noël.

Conditions ?

- valable pour un aller-retour le même jour, chaque week-end de décembre et chaque jour du samedi 20 décembre 2014 au dimanche 4 janvier 2015 (vacances de fin d'année)
- entre deux gares belges, sans restriction horaire

Prix ?

- 11 € l'aller-retour en deuxième classe
- 16 € l'aller-retour en première classe

Bon à savoir

Le Christmas Deal est mis en vente 30 jours avant la date de voyage, aux guichets, distributeurs automatiques de billets ou via Ticket online et Mobile internet.

Thalys change pour faire face à la concurrence

La Commission Européenne a donné son feu vert pour faire de Thalys une entreprise ferroviaire à part entière. A partir du 31 mars 2015, l'actuelle filiale de la SNCF, SNCB, DB (et NS comme partenaire) deviendra un opérateur comme, par exemple, Eurostar. Avec deux actionnaires: SNCF (60%) et SNCB (40%). Objectifs: encore plus d'efficacité et amélioration de la qualité des services aux clients.

Si THI FACTORY devient la dénomination de l'entreprise, Thalys conserve son nom en tant que marque. Rien ne change pour le voyageur. Les accompagnateurs de train et les conducteurs de train belges seront mis à disposition par HR Rail et vont donc travailler pour la nouvelle entreprise ferroviaire. La gestion et la maintenance de la flotte dans l'AT Forest s'effectuera via un contrat de régie. La SNCB et la SNCF restent distributeurs des produits Thalys.





Amsterdam, nous voilà !

A compter du 14 décembre, l'InterCity qui relie Bruxelles à La Haye continuera sa route jusqu'à Amsterdam. L'IC, qui circule sur la ligne classique 16 fois par jour (dans les 2 directions), fera arrêt à Bruxelles (Midi, Central et Nord), Bruxelles-National-Aéroport, Malines, Anvers (Berchem et Central), Roosendaal, Dordrecht, Rotterdam, La Haye Hollands Spoor, Schiphol et Amsterdam Central. Le trajet de Bruxelles-Midi à Amsterdam s'effectue en 3h19.

Pour voyager à bord de l'InterCity Bruxelles-Amsterdam, aucune réservation n'est nécessaire. Ce qui donne libre cours aux voyages en 'last minute' ! Une petite visite à Amsterdam ? Profitez de votre libre-parcours BENELUX ou de vos billets BENELUX.



Ne la mettez pas en veilleuse !

Afin de contrer le risque de black-out cet hiver, le gouvernement a lancé une campagne Off On. Voici comment participer.

Bye bye ? Ne laissez rien en stand-by !

Chacun d'entre nous peut contribuer à l'effort collectif par de toutes petites actions. Eteindre la machine à café, l'imprimante et l'ordi en quittant le bureau, préférer l'escalier aux ascenseurs, voilà comment réduire simplement la consommation d'électricité.

Si tout le monde s'y met, au travail comme chez soi, on devrait éviter d'en arriver aux coupures de courant. Agissons dès maintenant en consommateurs éclairés : toute l'information nécessaire se trouve sur www.OffOn.be. Vous y trouverez de sympathiques affiches mais aussi de nombreux conseils.

Pour réduire au maximum le risque de délestage, n'hésitez pas à informer vos collègues et pourquoi pas confectionner votre propre affiche ? Inventez votre slogan sur l'économie d'énergie, utilisez les logos mis à disposition sur www.OffOn.be et envoyez-nous votre affiche perso à bandyou@sncb.be. Les meilleures d'entre elles seront publiées sur l'intranet.

Ensemble, on restera On !



C'est l'heure du thé ? Faites bouillir juste la quantité d'eau nécessaire !



Utilisez aussi moins d'électricité, surtout entre 17 et 20h.
Ainsi, nous resterons ON.
Envie de participer ?
Visitez OffOn.be

Marketing & Sales : à vos marques !



Comment faire en sorte que la SNCB ne soit plus déficitaire ? En augmentant le chiffre d'affaires, bien entendu ! Mais comment ?

"La SNCB doit prendre un tournant radical", déclare Bart De Groote, Directeur général

de la nouvelle direction Marketing & Sales.

"Nous devons prêter plus d'attention au voyageur et aux aspects commerciaux. Ceci vaut pour tout le monde : de l'accompagnateur de train au comptable, du chef de gare à l'agent de sécurité. C'est ainsi que l'on pourra attirer davantage



de voyageurs et donc, augmenter notre chiffre d'affaires."

Si la direction Marketing & Sales joue ici un rôle prépondérant, elle fait aussi souvent appel aux autres directions. Armée de ses 4 priorités (lire ci-après), B-MS entend aider la SNCB à devenir une entreprise saine, axée sur la satisfaction du client.

En haut de la liste des priorités : augmenter le chiffre d'affaires à court terme, en utilisant la capacité de manière plus efficace. "De cette manière, nous pourrions faire face à la demande du gouvernement de faire des économies et mettre un frein à la dette croissante", poursuit Bart De Groot. B-MS entend aussi

promouvoir la mobilité multimodale, car il n'y a pas que le train. Les innovations digitales, tant en interne que pour le client, figurent aussi au programme. "Enfin, nous voulons mettre le client au centre, en s'intéressant à ce qu'il trouve important et en adaptant le service en fonction de ce qu'il veut", conclut Bart De Groot.



Le client au centre de la stratégie Marketing & Sales

Hormis la ponctualité, qu'attend le client de la SNCB ? Comment attirer de nouveaux clients ou rendre les clients existants accros au train ? Telles sont les questions auxquelles la Direction Marketing & Sales veut répondre. Pour les années à venir, voici ses quatre priorités qui sont liées entre elles.



Développer le chiffre d'affaires

C'est notamment en utilisant plus efficacement la capacité à disposition que la direction B-MS entend développer le chiffre d'affaires de la SNCB sur le court terme.

Sabine Jonckheere, General Manager B-MS :

"Pour augmenter le chiffre d'affaires, nous pouvons inciter nos voyageurs à prendre le train plus souvent et pour d'autres motifs, en incitant, par exemple, les navetteurs à prendre aussi le train pour leurs loisirs. Une autre manière est d'attirer des voyageurs qui ne prennent pas le train, par exemple, en offrant une alternative attrayante aux automobilistes. L'augmentation du nombre de voyageurs dans les trains sous-occupés actuellement, pendant les heures et périodes creuses, nous permettra de rentabiliser nos frais fixes.

Pour maximiser les recettes nous devons bien connaître le profil de nos clients actuels et des non-clients, leurs comportements et leurs attentes. Ceci nous permettra de développer des formules tarifaires et des produits qui répondent à leurs besoins et évoluent en fonction d'eux."

De nouveaux moyens digitaux

Pour répondre aux attentes des clients, la direction B-MS veut notamment répondre à l'évolution du comportement d'achat des voyageurs en misant sur les innovations technologiques.

Frank Mahaux, Spécialiste Développement des Services :

"Les fonctionnalités de la carte Mobib sont sans cesse étendues. Cette carte permet au client de charger différents titres de transport en plus d'autres services selon ses besoins. La plupart des abonnements de la SNCB s'y



Le client au centre

Pour pouvoir vendre les produits et services de la SNCB, et donc développer son chiffre d'affaires, la direction B-MS entend placer le client au centre de sa stratégie : il faut clairement identifier ce à quoi le client accorde de l'importance et lui proposer une offre correspondant à ses attentes.

Jean-Paul Henrion, Chef de division Opérations de Vente Gares : "Le changement de comportement du client en matière d'achat est une belle opportunité pour revaloriser le métier de vendeur au guichet. Les ventes de tickets se font de plus en plus via d'autres canaux. Aujourd'hui, 30% des ventes sont réalisées via les automates. Le guichetier a ainsi plus de temps pour renseigner et conseiller le client sur le produit dont il a besoin. En 2020, nous voudrions que seules 25% des ventes se fassent au guichet (contre plus d'une cinquantaine aujourd'hui). Le vendeur pourra alors être un véritable 'guide en mobilité'."



Emmanuelle Biebuyck, Chef de division Customer Service : "Mon objectif est d'améliorer la qualité des contacts du client avec le Service clientèle. Sur le plan qualitatif, je souhaite réduire les délais de réponse. Sur le plan quantitatif, il faut repenser les priorités. Nous gérons encore trop de documents sous format papier. Le degré d'informatisation doit augmenter. Le temps dégagé devrait permettre de travailler encore plus pour le client."



trouvent ; il est également possible d'y stocker un abonnement STIB et un accès à B-Parking. Dans les prochains mois, ça sera aussi le cas pour De Lijn et les TEC. De plus, le système devient progressivement compatible avec les autres opérateurs de mobilité comme Villo! et cambio."

Wies Verstraete, Chef de division adjoint Systems : "Plusieurs projets sont en cours. Notre logiciel de gestion des relations avec les clients nous permettra à terme de proposer des promotions ciblées. Prochainement, l'outil grâce auquel les clients planifient leur voyage leur permettra également de voir quel est l'avantage de prendre le train par rapport à la voiture pour chaque trajet."

La mobilité multimodale

L'offre des modes de transport qui se croisent à la gare continue elle aussi d'être étendue et améliorée, toujours dans le but de répondre au mieux aux besoins du client.

Koen Van De Putte, Manager Développement de la mobilité en réseau : "L'accès au train par d'autres moyens de transport est facilité grâce à tous les atouts que nous avons créés : la filiale B-Parking, de multiples abris-vélo, notre participation dans cambio, les points vélo, Blue-bike, l'intégration des arrêts de bus dans les gares... Nous devons à présent mettre ces services en valeur et les offrir de manière combinée au billet de train. C'est pourquoi nous développons des plateformes de mobilité en réseau qui permettront d'intégrer ces services et d'informer le client sur la manière la plus efficace de voyager."



1. Service à la clientèle

- Contact center : premier point de contact pour le client
- Réactions des clients, compensations pour les retards...
- Dossiers voyageurs en irrégularité
- Demandes d'assistance PMR

554.346 appels reçus par le Contact Center en 2013.

"Nous prenons nos décisions sur base des règles, mais en suivant une logique commerciale : le service pour les voyageurs doit être optimal."

Sandy De Langhe et Karolien De Turck, customer relations assistants

2. Communication

- Campagnes de publicité, info dans le journal Metro, sponsoring, brochures, site internet, ...
- Médias sociaux (rendez-vous p. 20-21 pour voir qui tire les ficelles du compte Twitter @SNCB)
- Communication B2B

Plus de **46.000** tweets envoyés par @SNCB (au 21/11/2014).

"Chaque semaine, nous remplissons quatre pages du journal Metro. Ce qui nous rapporte un million de lecteurs. C'est plutôt pas mal !"

Nathalie Rouffet, spécialiste en communication



Tous marketers !

Un tour d'horizon des activités de Marketing & Sales

5. Etudes de marché

- Mesure de la satisfaction du client, garantie de ses besoins, exploration du marché potentiel du train
- Suivi des dossiers en matière de développement de la mobilité
- Etudes sur la mobilité

6,8/10 = score moyen de satisfaction des voyageurs en 2013.

"Sans clients satisfaits, il n'y a pas de chiffre d'affaires."

Marijke De Roy, spécialiste mesure de la qualité

6. Sales

- Vente dans les gares (guichetiers)
- Formation personnel de vente
- Vente B2B : vente aux sociétés et aux organisations

57% des tickets sont vendus au guichet.

"Un guichetier doit être empathique et patient et pouvoir s'entendre avec toutes sortes de gens. Le contact avec le client est ce qui rend ce job fantastique."

Nathalie Saffre, guichetière à Enghien et à Ath

3. Marketing

- Développement de produits et établissement des prix
- Développement des marchés B2B et B2C : Railease, B-Excursions... (voir le tour de piste chez les concepteurs des B-Excursions p. 28-29)

32 % du trafic voyageurs relève de la catégorie temps libre.

"La branche loisirs renforce notre image en tant que société de transport public."

Erik Goetvinck, marketing product coordinator

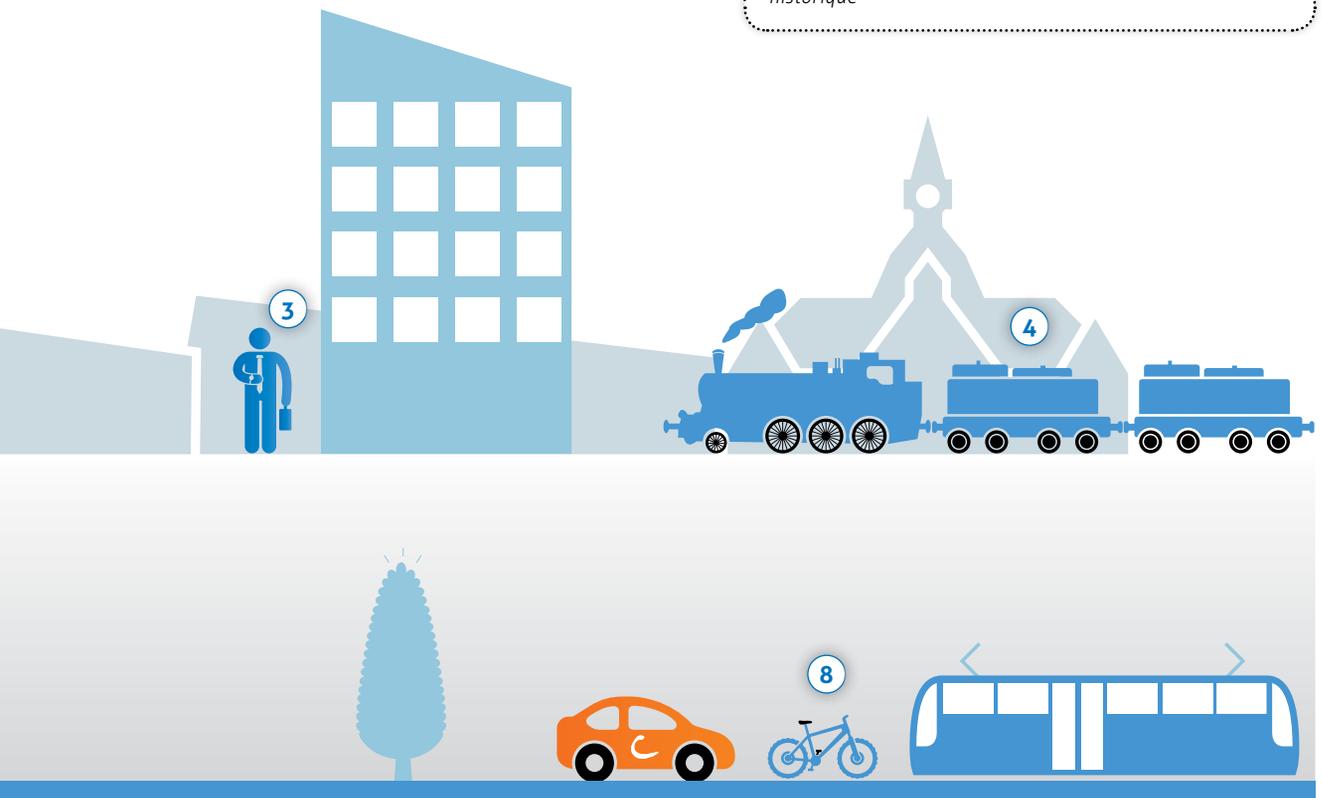
4. Patrimoine

- Gestion du patrimoine historique (matériel roulant ancien et objets y ayant trait)
- Centre de documentation : livres, magazines, etc., photothèque, vente de timbres chemins de fer
- Train World : musée du Chemin de fer d'aujourd'hui, d'hier et de demain. Ouverture des portes prévue en 2015

100.000 photos sont stockées dans la banque d'images du Patrimoine historique.

"Lors des différents événements, le train à vapeur attire le public comme un aimant."

Sven De Boeck, conseiller communication au Patrimoine historique



7. Innovation

- Développement de nouveaux services : Mobib...
- Applications mobiles : apps, e-ticketing, websites...
- Automates de vente
- Internet à bord du train

670 automates de vente (TVM) sont déjà à la disposition des clients. Début 2015, il y aura au moins un TVM dans chaque gare et point d'arrêt.

"L'app diminue le temps d'attente aux guichets. Les clients peuvent acheter leur ticket rapidement, partout, à tout moment. L'app a été téléchargée 1,3 million de fois, un record !"

Sarah Francart, coordinatrice applications mobile et online

8. Networked Mobility Development

- Stimuler l'intermodalité : connecter le train aux autres moyens de transport (tram, métro, vélo...)
- Collaborer avec d'autres fournisseurs de services de mobilité (Blue-bike, cambio...)

72.000 trajets ont été effectués en Blue-bike en 2014.

"Nous voulons élaborer des solutions qui amènent plus de gens et d'entreprises à prendre les transports en commun et à utiliser d'autres formes de mobilité durable."

Pieter Deschamps, expert development & support projects

LES EXPERTS



L'équipe B2B, de gauche à droite, à l'arrière-plan : Sébastien Arnould, Christophe Schaukens, Thomas Seynnaeve; de gauche à droite, à l'avant-plan : Christini Gounakis, Frédéric Vanhaeren, Maarten Moreels, Philippe Hacour. Pas sur la photo : Yuri Alders

Des entreprises sur la bonne voie

'Cross-selling', 'targets' et 'lead generation' : au sein de l'équipe B2B (business-to-business), les termes anglais sont légion. Quant aux chiffres, ils parlent d'eux-mêmes : un tiers du chiffre d'affaires SNCB provient de cette division. Mais comment faire pour convaincre les entreprises de choisir le train ?

Un portefeuille de 9.000 entreprises, 11.000 contrats, 223 millions€ de chiffre d'affaires issu de la vente l'an passé : ces chiffres traduisent bien le succès de la division B2B. "Et cerise sur le gâteau, un taux de satisfaction clients de 97%", déclare fièrement Maarten Moreels. Pourtant, certains considèrent que le 'marketing' et le 'sales' (les ventes) sont un sacrilège dans une entreprise publique.

"Le contraire est vrai aussi" assure Maarten Moreels. "En fait, nous ne travaillons pas de la même manière qu'une entreprise classique : nous n'avons pas de rémunération variable, par exemple. Mais le grand avantage, à la SNCB, c'est que ses collaborateurs sont pour la plupart des passionnés du rail. Ils sont donc bien à même de convaincre un client potentiel des avantages du train".

Train Tomorrowland

La division B2B est chargée de toutes les relations avec d'autres entreprises. "Notre produit phare est sans conteste le tiers-payant (cf. p. 19)", déclare Maarten. "Mais nous avons aussi nos spécificités : la cellule Special Events, par exemple, spécialisée dans les trains spéciaux. Pour des entreprises, à l'occasion de festivals comme Tomorrowland : nous réglons tout, du commercial à l'opérationnel." Convaincre les entreprises d'opter pour le produit 'train' n'est pas toujours évident.

"La perception, notamment de la ponctualité, peut jouer en notre défaveur. Nous sommes le plus ouvert et transparent possible face à nos clients."



L'objectif des collaborateurs de B2B ? "Offrir un service de haut niveau et des produits attrayants, qui répondent aux attentes du monde professionnel actuel. Nous nous efforçons de travailler de manière moderne et efficace, afin de fidéliser davantage encore nos clients. Nous sommes prêts pour la libéralisation du marché."





Avant de conclure un contrat avec un client, il y a tout un chemin à parcourir. Petit aperçu.

1. Account manager

Ce sont les personnes chargées d'approcher le client. Ils font de la prospection, rencontrent les clients et tentent de les convaincre des produits proposés par la SNCB pour les entreprises. "Ici, le défi consiste à persuader avec des arguments autres que le prix", explique Maarten Moreels. "Dans le secteur privé, on peut toujours offrir un pourcentage, mais ce n'est pas possible pour nous. Par contre, nous créons avec le client une relation solide. Car les clients qui ne viennent que pour le prix sont très vite partis !"

2. Business Center

Après l'account manager, intervient le business center. Il est le point de contact du client. Le business center s'occupe de toute la gestion administrative. En cas de problème, il contacte l'account manager qui, au besoin, se rendra chez le client.

3. Contract management

Les agents qui travaillent au contract management veillent à ce que le contrat soit rédigé le plus vite possible, contrôlent si tout est en ordre et l'introduisent dans le système de distribution. Le client peut alors l'utiliser. Il s'agit d'un backoffice : sans contact direct avec le client, afin d'éviter toute ambiguïté.

4. Control & Reporting

Les factures sont envoyées chaque mois par Control & Reporting. "Nous veillons à ce que tout soit transparent", déclare Maarten. "Le client reçoit un aperçu de toutes les transactions : tel employé a utilisé tel abonnement, untel a choisi tel type de formule, ..."

Control & Reporting se charge aussi du remboursement des abonnements tiers-payant et des comptes des partenaires professionnels, tels que le Zoo ou De Lijn.

5. Knowledge Center

Le Knowledge Center donne des conseils en matière de mobilité. "Ce n'est pas parce qu'une entreprise nous choisit que ses collaborateurs embarquent immédiatement dans le train", dit Maarten Moreels. "Nous nous rendons dans l'entreprise afin d'exposer au personnel les avantages du train."

Les tops

1. Le système de tiers-payant

"L'employeur paie une partie de l'abonnement de ses employés. Il a l'obligation légale de prendre en charge au moins 75 % des déplacements domicile-travail. Nous offrons une formule qui permet à l'employeur de prendre en charge jusqu'à 80 % du coût de l'abonnement, l'Etat subsidiant les 20 % restants. L'employeur peut ainsi proposer un abonnement totalement gratuit pour ses travailleurs, un grand avantage pour lui. Sur le plan professionnel, nous totalisons davantage d'abonnements tiers-payant que de simples cartes train."

2. Le Business e-ticketing

"Cette application en ligne permet à une entreprise d'acheter elle-même ses déplacements occasionnels, par un seul compte professionnel. Sans tracas de paperasserie supplémentaire."

3. Railease

"Cette formule permet de combiner le train et la voiture professionnelle, y compris l'emplacement B-Parking. Nous voulons ainsi, non pas remplacer la voiture de société – ce serait utopique –, mais stimuler les utilisateurs à

prendre de temps en temps le train, pour une réunion dans le centre de Bruxelles, par exemple. Dans ce cas précis, il faudrait être fou de prendre la voiture, non ?"

4. Le Business Portal

"Le Business Portal est notre nouveau cheval de bataille. Cette plate-forme online permet aux clients de gérer leurs contrats, factures, ... Ce produit a été totalement développé en interne, avec B-IT. Nous avons beaucoup investi dans la convivialité et la facilité d'utilisation. Nous en sommes très fiers."

Proximus choisit le train

"En tant que clients, nous sommes rois !" Chez Proximus, on est clairement satisfait de l'offre B2B de la SNCB. Karel Meeusen, HR Manager, nous explique pourquoi Proximus opte résolument pour le train.

L'entreprise telecom est depuis longtemps un des nos fidèles clients ; elle utilise un large éventail de nos formules. Système de tiers-payant, billets à 50 % pour les membres du personnel de Proximus, Railease, abonnements scolaires... "La SNCB est un partenaire stratégique", explique Karel Meeusen. "Nous prôtons la durabilité, aussi pour la mobilité. Le choix du transport public est une démarche que nous stimulons, en offrant à nos collaborateurs les déplacements domicile-travail en transport en commun. Nous attribuons, par exemple, un budget 'mobilité' aux membres de notre personnel disposant d'une voiture de société, de sorte qu'ils puissent combiner voiture et train."

Chez Proximus, ils sont particulièrement satisfaits de nos services B2B. "Bien plus qu'avant", déclare Karel Meeusen. "Que la SNCB se penche sur de nouvelles solutions de mobilité, c'est aussi une bonne chose." Même si tout est perfectible, bien sûr. "En ce qui concerne la tarification et les réductions, nous devons malheureusement constater qu'il y a parfois peu de place pour une stratégie de flexibilité. Et, évidemment, la satisfaction de nos collaborateurs est aussi tributaire de la ponctualité, du confort et de l'offre de trains. Mais nous avons pleinement confiance en nos collaborations futures", conclut Karel Meeusen.



TANDEM



GLENN & KIM

**Un an de @SNCB,
ça compte !**



Voici Kim (B-MS) et
Glenn (B-CP) les

'Community Managers' de la
SNCB ! Ou, en quelque sorte,
les gardiens de notre image
et de notre identité sur la
toile. Le 24 octobre dernier,
ils ont soufflé ensemble leur
première bougie. Lumière sur
une belle envolée !

Kim et Glenn sont au taquet. Leur
job ? Veiller à l'image de notre
entreprise en informant rapidement
et correctement les voyageurs sur
les comptes Twitter de la SNCB
(@SNCB en français/@NMBS en
néerlandais) chaque jour ouvrable,
de 6h à 22h. Kim : "Notre rôle est
complexe et gratifiant à la fois.
Nous sommes en permanence
les ambassadeurs de la SNCB".

*"En un an, nous
avons créé un
contact plus
étroit avec les
voyageurs. En
interne, le chan-
gement culturel
se remarque
aussi. C'est posi-
tif pour notre
image et à titre
personnel, c'est
très motivant."*



NOM Glenn Dierickx | **AGE** 24 ans | **JOB** Community Manager | **LIEU DE TRAVAIL** Bruxelles | **AIME** les promenades, le sport



"Nous avons le même objectif : aider, mieux informer, le plus vite possible, nos clients."

Les tweets arrivent au sein de la cellule Médias Sociaux de B-MS. Ils sont traités par plusieurs spécialistes qui répondent quasi en temps réel (dans les 10 minutes environ) à toutes les questions et remarques des voyageurs, que ce soit à propos du trafic, des horaires ou même des tarifs. Les tweets qui touchent à l'image de l'entreprise, à l'institutionnel sont envoyés à Glenn (B-CP). "En moyenne, nous recevons environ 500 tweets par jour mais en cas de grève, c'est l'avalanche" nous confient nos microblogueurs. "On constate d'ailleurs que chaque crise amène son lot de nouveaux abonnés", confie Glenn. "C'est logique", poursuit Kim, "Les clients sont de plus en plus mobiles et utilisent de plus en plus d'applications pour se tenir informés. Et en un an, le compte @SNCB a gagné en notoriété et en crédibilité, c'est pourquoi les voyageurs sont de plus en plus nombreux à nous suivre sur Twitter."

Pour communiquer entre eux, Kim et Glenn sont presque tout le temps connectés et se réunissent au moins une fois par semaine. Leur secret ? La rapidité de réaction, la zen attitude, une équipe soudée et des collaborateurs en interne sur qui ils peuvent compter.

Et la collaboration ne s'arrête pas là : B-CP (Corporate and Public Affairs) et B-MS (Marketing & Sales) développent ensemble plusieurs autres projets en matière de réseaux sociaux. Histoire de rester en ligne avec nos voyageurs. À suivre...

@SNCB, c'est une équipe de **11** collaborateurs... et **22.580** abonnés

NOM Kim Castro | **AGE** 35 ans | **JOB** Community Manager | **LIEU DE TRAVAIL** Bruxelles | **AIME** le tennis, le football, ses enfants



En hiver, SNCB et Infrabel prennent des mesures contre le froid, histoire de ne pas faire patiner nos trains et se retrouver avec locos à l'arrêt et pantos givrés ! Ailleurs aussi, on se met à l'heure d'hiver.



La Suisse,

une offre renforcée

L'offre

- offre de base maintenue et même renforcée en cas de chutes de neige... Car la demande vers les sites touristiques augmente

Les mesures

- au quotidien : enlèvement de la glace formée sur les trains, trains raccordés la nuit pour préchauffage, trains spéciaux de déneigement sur les lignes secondaires ou en montagne...
- dans de rares cas, réductions de vitesse pour éviter la projection de glace sur les quais et protéger les aiguillages

L'organisation

- activation à partir de mi-octobre
- l'Operation Center Infrastructure, chargé des mesures d'hiver, reçoit en permanence des informations météorologiques
- 4 niveaux d'alerte, en fonction des conditions météo. Les différents niveaux déterminent l'heure de l'alerte et le nombre d'employés à avertir

L'Espagne,

pays chaud aux hivers souvent rudes

L'offre

- plan de transport alternatif en cas de crise

Les mesures

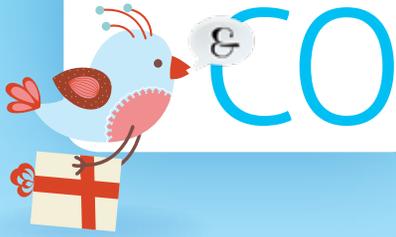
- locomotives de réserve aux endroits stratégiques
- personnel supplémentaire pour maintenir le matériel sous tension
- communication renforcée aux clients
- ravitaillement des voyageurs en cas de crise (coupures d'énergie, arrêt prolongé...), notamment avec boissons chaudes et couvertures
- personnel rappelé pour déblayer les échangeurs d'écartement de rail
- mise en circulation de locomotives "chasse-neige"

L'organisation

- application spécifique permettant de suivre les bulletins météorologiques
- le Centre de Coordination et de Contrôle général, en contact avec les autorités publiques, et centres de contrôle 24h/24 en régions

BUZZ

TWITTER



 @dc_jo Si on cherche, il y a quand même des bons côtés #sncb #blackout #retard

 @Antlibotte Je n'avais encore jamais vu un contrôleur aussi énergique encore à 17:00. Chapeau à lui ! (cc @SNCB, IR 3915)

 @ChrisChevalier5 @SNCB un grand merci au personnel de la gare de Soignies qui m'a dépanné par une pluie battante pour me permettre de rentrer #bravosncb

 @Marion_Au Head of Legal Affairs @SNCB tells us that success is always the result of team efforts #LeadSuccess

 @Lionysos Le train en musique, ça met de bonne le matin #sncb #Music #Enjoy

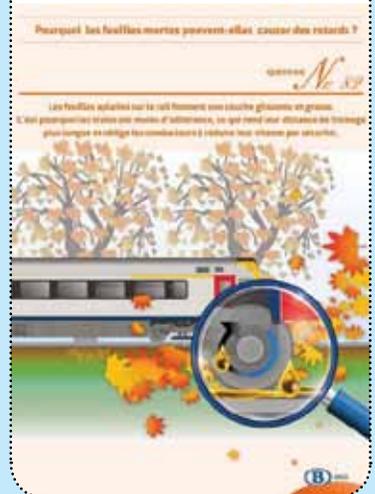


 @STIBMIVB @SNCB@NMBS@delijn de notre part également, ook vanwege ons :-)
#Chantdoiseau#1andjèà #Vogelzang#a1jaar

 Joyeux Twitter-anniversaire @SNCB
Gelukkige Twitter-verjaardag @NMBS

 @S_DeBrabandere Trains à l'heure et beaucoup de nouveaux passagers qui ont laissé leur voiture pour 1 jour, la #manif6nov est quasi une pub pour @SNCB.

 @Transportshaker Pour ceux qui se posent la question ce matin : quel rapport entre #feuillesmortes et #retards ? via @SNCB#SNCF



PASSION

LA ROUTE DE LA SOIE



.....
Vous aussi, vous avez un hobby qui vire à la passion ? Vous êtes apiculteur, pompier volontaire... ? Racontez-le nous dans un e-mail à bandyou@sncb.be.
Votre histoire paraîtra peut-être dans les pages d'un prochain numéro !
.....

"J'ai commencé à peindre quand mes enfants étaient petits. J'avais acheté du matériel pour m'amuser avec eux. Lorsqu'ils ont grandi, la table s'est vidée et moi, je suis restée. J'ai pris goût à l'aquarelle. Depuis trois ans, je crée des vêtements en soie : je dessine, peins, découpe et couds. Une centaine d'heures peuvent être nécessaires pour confectionner une tunique. C'est un hobby coûteux : il me faut compter 30€ pour un foulard et 100€ pour la soie d'une tunique."

A close-up portrait of Marie-Thérèse Poulaert, a woman with short, wavy grey hair and glasses. She is wearing a black top and a vibrant red and green patterned scarf. The background is softly blurred, showing some warm-toned lights.

"Je suis rédacteur à la Cellule technique des conducteurs de train de Bruxelles depuis 19 ans. Dès qu'un changement dans le planning des conducteurs s'impose, suite à des travaux dans les voies, par exemple, je mets leur fiche technique à jour. Au début, c'était très technique, mais j'aime la difficulté. C'est un métier varié et c'est bien : la routine m'ennuie !"

Marie-Thérèse ne vend pas ses créations, elle les donne à ses proches. Son rêve ? Créer une tenue pour une occasion telle qu'un mariage. A bon entendeur, salut ! Peut-être pourriez-vous la convaincre de vous céder une de ses créations ? Pour en savoir plus, rendez-vous sur son blog <http://sabe-sagesse.blogspot.be>.

NOM Marie-Thérèse Poulaert | **AGE** 52 ans | **JOB** Rédacteur à la CTC Bruxelles | **LIEU DE TRAVAIL** Bruxelles-Midi | **AIME** la couture, la peinture et l'écriture



Pourquoi un nouveau tarif dans le train?

Que répondre à votre oncle André s'il vous pose cette question ? Pas évident ! Qu'à cela ne tienne, B&You vous donne les arguments pour satisfaire sa curiosité. Ne donnez pas votre langue au chat, vous pouvez élaborer une réponse simple...

Tarif à Bord

A partir du 1^{er} février 2015, tout voyageur qui ne sera pas en possession d'un titre de transport à bord du train se verra appliquer un supplément fixe sur le prix du voyage acheté à bord (prévenir le chef de bord avant d'embarquer n'est donc plus nécessaire).

Le droit de confection et les montants supplémentaires actuels ne seront donc plus en vigueur. Un nouveau pas vers une harmonisation et simplification de la politique tarifaire !



OBJECTIFS



Moins d'agressions et de discussions dans le train



Inciter les clients à acheter leurs titres de transport à l'avance (aux guichets, distributeurs automatiques, internet, ...)



Décourager la fraude



Plus de temps pour le contrôle, le service et l'info



EXCEPTIONS



Produits non disponibles aux automates de vente (TVM)



Vente à partir d'un point d'arrêt non équipé de guichets et d'automates (TVM)



Vente à partir d'un point d'arrêt dont l'automate est hors service temporairement et indiqué comme tel dans l'appareil des accompagnateurs de train



Lors d'une panne générale du système de vente



Diabolo Supplément Diabolo



ET AILLEURS ?

Prix du Voyage +	SNCF (IC)	SNCF (TER)	NS	SBB	DB
	4 € à 10 €	10 € à 35 €	pas de vente à bord	7,70 €	2 € à 10 €

Que se passe-t-il si vous oubliez votre libre-parcours ?

- vous payez le tarif à bord et vous vous faites rembourser intégralement si vous présentez dans les délais requis une carte train ou un libre-parcours valable.
- si vous ne pouvez pas payer tout de suite, l'accompagnateur de train rédigera un document (C 170) vous permettant de vous régulariser plus tard : si vous présentez une carte train ou un libre-parcours valable dans les délais requis, vous ne paierez que des frais administratifs (8 €).
- le remboursement à 100 % du tarif à bord lors d'un oubli est toujours possible (selon les règles énoncées ci-dessus), quel que soit le nombre d'oublis.

Ces règles sont les mêmes que celles qui seront appliquées pour les voyageurs abonnés.

ZOOM



Les B-Excursions, un produit phare !

Les produits 'loisirs' sont fort appréciés par nos voyageurs. Les B-Excursions en sont l'un des piliers. Petit tour de piste chez leurs concepteurs.

Erik Goetvinck et son équipe (B-MS.213) gèrent la plupart des produits 'loisirs' de la SNCB. B-Excursions, billets Evénements, avantages sur présentation d'un billet, produits et actions temporaires... Erik : "Nous gérons globalement 35 B-Excursions permanentes et environ 60 formules temporaires par an. C'est assez stable, bien qu'en 2014, l'offre temporaire est particulièrement étoffée. Le succès des B-Excursions permanentes se tasse légèrement au profit des temporaires.

"Assez logique", explique Erik. "Les gens donnent plutôt priorité aux événements ponctuels qu'ils ne veulent certainement pas manquer, postposant les activités accessibles tout le temps."

Comment naît une B-Excursion ?

Erik : "Même si nous sommes à l'affût des nouveautés, c'est en général le partenaire qui vient à nous. A nous alors d'évaluer la demande en vérifiant les critères d'acceptation. L'activité doit

évidemment être facilement accessible en train, elle doit avoir un rayonnement assez étendu et le partenaire doit offrir au moins 25 % de réduction sur le prix de l'entrée. Au plus simple est la formule combinée finale, au mieux c'est pour tout le monde... On doit bien sûr pouvoir compter sur un potentiel de voyageurs assez large pour justifier la création d'un nouveau produit ! Ensuite, c'est un win-win ; nous créons le produit en établissant une convention de prix et de



MONS 2015

La SNCB soutient la culture

Pour la première fois, une ville wallonne sera capitale européenne de la Culture. Tous à la fête d'ouverture, le 24 janvier 2015, qui promet d'être féérique ! Et prélude à plus de 300 événements au fil des saisons : installations artistiques, nouveaux musées, grandes fêtes urbaines...

Plus d'infos?
www.mons2015.eu
www.sncb.be



Le team 'B-Excursions', de gauche à droite : Stefaan Van Hoorde, Evelien De Pauw, Erik Goetvinck, Vanina Maughelli, Marc Meuleman

communication mutuelle. Le partenaire fait de nous 'un partenaire mobilité' et fait notre pub dans sa communication. De même, la formule figure dans nos canaux de communication : site internet, brochures, etc." Erik poursuit : "Nous capitalisons bien sûr sur ce qui marche bien : environ 75% de nos recettes se font avec 25% de nos partenaires."

Des incontournables

Les B-Excursions ne représentent qu'une infime partie des recettes SNCB. Erik : "Toutefois, le secteur du loisir reste incontournable ; il y va de notre image de fournisseur 'public' de transport. Le grand événement de l'année prochaine, c'est 'Mons 2015'. Erik : "Nous nous devons de soutenir une telle démarche culturelle foisonnante !"

La SNCB est 'partenaire mobilité' de cette belle odysée. Un billet promotionnel sera disponible pour rejoindre la fête d'ouverture ; des trains renforcés, et spéciaux pour assurer le retour, sont aussi prévus. Cerise sur le gâteau : 5 nouvelles B-Excursions, notamment pour la très attendue expo sur l'enfant du pays 'Van Gogh au Borinage'. La naissance d'un artiste'.

Mons 2015, c'est aussi une visibilité particulière pour la gare, en chantier. A partir du 24 janvier 2015, l'accès au nouveau Centre de Congrès, hôte de manifestations estampillées 'Mons 2015', sera assuré par la passerelle provisoire prolongée. La rampe de la gare provisoire profitera d'une audacieuse mise en lumière avec un plafond animé de 16.800 leds.

Le top des B-Excursions

PERMANENTES

Le Zoo d'Anvers, puis Walibi. Ensuite, à égalité le trio Planckendael, Pairi Daiza et Plopsaland.

TEMPORAIRES

Le Salon de l'Auto, Batibouw, les expositions à Liège-Guillemins et à Anvers-Central, les festivals de sculptures de glace et de sable, le Boekenbeurs à Anvers.

Reste une question de la rédaction... "Testez-vous chaque activité ?" Erik sourit : "Rarement ! C'est même assez spécial de nous retrouver sur la photo ici au Musée des Sciences Naturelles !"



Des camions de pompiers un peu particuliers pour le Diabolo



Infrabel dispose de deux nouveaux véhicules d'intervention multifonctionnels. Ces véhicules permettent d'accroître encore la sécurité dans le tunnel du Diabolo.

Pour renforcer encore la sécurité au cœur même du tunnel du Diabolo, la liaison ferroviaire souterraine entre la gare de Bruxelles-National-Aéroport et la ligne Schaerbeek – Malines, Infrabel a investi 3 millions d'euros dans deux véhicules d'intervention multifonctionnels pour les corps de pompiers de Zaventem et Bruxelles.

Sur route et sur rail

Mais ce qui rend ces véhicules d'intervention vraiment particuliers, c'est qu'ils peuvent rouler sur la route (à 90 km/h maximum) comme sur les rails (à 40 km/h maximum). Pour les interventions sur les voies, ces camions ont été spécialement équipés d'un double éclairage et de caméras infrarouge. Ils peuvent même créer un rideau d'eau autour de la cabine pour protéger ses occupants.

Grâce à ces véhicules, les interventions dans le tunnel du Diabolo seront plus efficaces. Les corps de pompiers pourront rouler jusqu'au lieu d'un incident en empruntant

d'abord la route puis les rails, et intervenir rapidement et de manière ciblée.

Un modèle d'ingéniosité

Dotés d'une double cabine permettant d'embarquer au total 8 pompiers, ces véhicules d'intervention pèsent chacun 33 tonnes et mesurent 12 m de long, 2,5 m de large et 3,8 m de haut. Ils disposent de pompes, d'une échelle incendie, d'un réservoir d'eau (2.500 litres), d'un réservoir et d'un mélangeur de mousse, et d'un stock d'air comprimé de 90.000 litres.

L'Athus-Meuse, le plus long tracé ferroviaire d'Europe doté de l'ETCS

Le 20 octobre dernier, Infrabel a officiellement mis en service l'ETCS sur la ligne entre Namur et la frontière luxembourgeoise.



L'ETCS niveau 1 est officiellement opérationnel sur les 160 km de l'axe Athus-Meuse qui séparent Namur de la frontière luxembourgeoise via Dinant et Bertrix. Cette prouesse s'inscrit dans le cadre de l'équipement de l'un des principaux corridors de fret en Europe.

Cet axe peut désormais être considéré comme l'une des infrastructures ferroviaires les plus sûres d'Europe. Il décroche dans le même temps un record : au sein de l'Union européenne, il s'agit à ce jour de la plus longue distance sur ligne classique équipée de l'ETCS.

Un investissement de 24,7 millions €

Pour aboutir à ce résultat, il aura fallu 2 années d'études techniques préliminaires et un peu plus de 3 ans de travail sur le terrain.

En 5 ans, Infrabel a consacré 24,7 millions € - dont 50 % cofinancés par l'Europe - au déploiement de l'ETCS entre Namur et la frontière luxembourgeoise. D'ici fin 2015, l'ensemble du tracé belge du Corridor 2 Rotterdam-Anvers-Luxembourg-Bâle/Lyon devrait en être équipé.

Fin 2014, la Belgique comptera 723 km de lignes équipées de l'ETCS, soit 12 % des voies principales de son réseau. Infrabel entend équiper la totalité du réseau belge d'ici fin 2022, en investissant, pour ce faire, 2 milliards €.

Dès 2025, seuls les trains dotés de l'ETCS pourront circuler sur le réseau ferroviaire belge. La SNCB, quant à elle, ambitionne d'équiper 100% de sa flotte de l'ETCS niveau 2 d'ici 2023.



Gros plan sur votre fiche de rémunération (partie 1)



Le dernier jour ouvrable de chaque mois, votre rémunération est versée sur votre compte. Logique, nous direz-vous ! Pourtant, c'est toute une équipe qui s'assure, moyennant des efforts très importants, que tout est bien payé correctement et à temps.

Les éléments qui constituent votre rémunération sont nombreux et certains varient de mois en mois. Les informations qui ont une influence sur la rémunération (situation administrative ou personnelle, allocations ou indemnités à payer, absences, ...) parviennent aux gestionnaires "paie" à partir de diverses sources. Pourtant, en plus de 30 ans, pas une seule fois (à l'exception de quelques cas individuels) la rémunération n'a été payée en retard et dans plus de 99% des cas, le montant payé est correct.

Dans ce premier article, nous vous présenterons les personnes et les

projets grâce auxquels vous percevez votre rémunération à temps et nous ferons un zoom sur la prime annuelle. Dans les prochains numéros de B&You, nous vous expliquerons d'autres éléments de la fiche de rémunération.

L'équipe "paie"

Cette équipe est composée de gestionnaires de dossiers "paie" (dont vous trouvez les coordonnées sur votre fiche de rémunération) localisés à Bruxelles et dans 4 bureaux satellites et de gestionnaires "time" qui s'occupent des temps partiels et des absences non-rémunérées. Ils sont épaulés par plusieurs spécialistes.

Le programme H2R, la volonté de modernisation de HR Rail

En 2009 a été lancé le programme SAP H2R. Grâce à ce programme, de nombreux processus HR ont été rendus communs et plus performants. Depuis 2013, le calcul de la rémunération est intégré dans H2R, ce qui l'automatise à 90%.

Projets en cours

Les spécialistes HR Rail travaillent actuellement sur une série d'initiatives ayant pour but de rendre plus fluide l'échange de données et de réduire les coûts et les erreurs au maximum.

Quelques exemples :

- L'équipe "paie" de HR Rail augmente continuellement le nombre de contrôles avant, pendant et après le calcul mensuel de la rémunération.
- Les processus pour informer HR Rail de certains événements, pour demander certains régimes ou pour informer les agents et leur hiérarchie sont revus.
- En coopération avec les équipes HR de la SNCB et d'Infrabel, les demandes papier pour le paiement de certaines allocations et indemnités sont ou seront remplacées par un transfert d'informations électroniques à l'équipe "paie" de HR Rail. Ceci permettra un traitement rapide et un calcul automatique et 100% correct.



La prime annuelle



Tant les agents statutaires que non statutaires bénéficient de la prime annuelle, qui est composée d'une partie forfaitaire et d'une partie variable :

- Au mois de novembre, vous recevez la partie forfaitaire et une avance sur la partie variable, qui tiennent compte de périodes non rémunérées ou à temps partiel de janvier à septembre de l'année en cours. Pour l'année 2014, le montant de base de la partie forfaitaire s'élevait à 422,66 € brut. L'avance de la partie variable est calculée de manière spécifique.
- En février, la partie variable est versée et l'avance de novembre est récupérée. La partie variable tient compte du traitement de décembre, des heures de prestation (ayant donné droit aux primes de productivité) et d'une moyenne des coefficients d'appréciation des douze mois de l'année précédente.

La prime annuelle est soumise à certaines cotisations sociales et au précompte professionnel. Vous trouverez les dispositions réglementaires pour la prime annuelle dans l'avis de base (l'avis 95 H-HR/2006), complété par un supplément annuel.

Fiche de rémunération
10/2014

page
1

HR Rail - Bureau H-HR.231 - Rue de France 85 - 1060 Bruxelles
PERSONNEL ET CONFIDENTIEL

Statut: **STATUTAIRE**
 N° d'identification: _____
 N° registre national: _____

En cas d'absence: _____

Votre dossier de rémunération est géré par HR-231 ED Pay HQ BRUXELLES - n° 74 (Code:R04/14)

SITUATION ADMINISTRATIVE:	
Date début:	secrétaire administratif
Grade:	
Siège de travail opérationnel:	réducteur
Emploi:	
Gare comptable:	Secteur de distr. titres-repas: 110
N° de compte:	Prestations: 31,00 h/s
Régime de travail:	Horaires variable
Taux d'échelle à 100%:	Echelle: 455
Suppl. de traitement à 100%:	672,99

SITUATION FISCALE:			
Etat civil:	CELIBATAIRE	Conjoint à charge:	NON
Agent handicapé:	NON	Conjoint handicapé:	NON
Enfants:	0	Enfants handicapés:	0
Autres personnes à charge < 65:	0	Autres personnes à charge handicapé < 65:	0
Autres personnes à charge >= 65:	0	Autres personnes à charge handicapé >= 65:	0
Enfants pertinents pour soins-arrêts:	0		

COEFFICIENT DE LIQUIDATION: 1,694

Primes de productivité	Ca:	heures	période
Emploi secrétaire administratif	1.10	103,00 h	09/2014

Éléments de rémunération	nombre	base	montant	référence	
AUTRE PRÉCOMPTE PROF. ET COTISATIONS SOCIALES					
2501 = Prime product. personnel sédentaire	+	103,00	+ 118,37	09/2014	
2570 = Intégr. 446,21 EUR primes trait. global	-		- 59,80	09/2014	
0801 = Traitement mensuel indexé	+		+ 2.388,65	10/2014	
2000 = Allocation de résidence	+		+ 24,12	10/2014	
COTISATIONS SOCIALES PROFESSIONNELLES					
2035 = Cotisation caisse de solidarité sociale	+	58,5700	- 0,28	09/2014	
/301 = Retenue OMS rémunération normale	+	2.388,6500	- 84,80	10/2014	
2030 = Cotisation de pension	+	2.388,6500	- 179,15	10/2014	
2035 = Cotisation caisse de solidarité sociale	+	2.412,7300	- 12,09	10/2014	
PRÉCOMPTE PROFESSIONNEL					
/411 = Précompte profes.rémunération ordinaire	+	58,2900	- 28,02	09/2014	
/411 = Précompte profes.rémunération ordinaire	+	2.136,7300	- 535,91	10/2014	
/417 = Médic. préco. prof. emp. Rev. bas/mod.	+	2.195,9200	+ 6,24	10/2014	
SANS PRÉCOMPTE PROFESSIONNEL					
4888 = Interven. personnelle pour titres-repas	+	14,00	+ 1,1200	- 15,68	09/2014
/30E = Cotisation mensuelle OMS spéciale	-		- 20,78	10/2014	
4750 = Prêt à l'installation (Ouvres Sociales)	-		- 50,00	10/2014	
DECOMpte DES NETS					
5001 = Net à payer			+ 1.536,02	10/2014	
Montant à verser sur			1.536,02	10/2014	

En décembre, les facilités de circulation 2015 seront distribuées (circulaire n° 70 H-HR/2014 et Le Rail 10/2014).
 Attention: pour tous les enfants de plus de 18 ans, une attestation scolaire doit être transmise à HHR.53-s.72 pour l'obtention d'une carte internationale de réduction FIP (uniquement pour les statutaires).

Vous voulez en savoir plus ?

Pour obtenir des informations encore plus précises, rendez-vous sur le site IntraWeb de HR Rail > HR en quelques clics > Rémunération > Prime annuelle.

Si vous n'y trouvez pas les réponses à vos questions, n'hésitez pas à contacter votre chef immédiat ou votre bureau local du personnel ; vous pouvez également vous adresser au gestionnaire de votre dossier. Ses coordonnées figurent sur votre fiche de rémunération.

Splendides marchés de Noël allemands

A l'approche des fêtes, l'Allemagne se pare de mille feux. Visitez l'un des nombreux marchés de Noël pour (re)découvrir les plaisirs d'enfance. Où les trouver ? A Berlin, Cologne, Düsseldorf, Hambourg, Hanovre et Oberhausen. En voici une petite sélection...



Cologne

Ville historique, réputée pour sa célèbre cathédrale gothique, Cologne recèle de nombreux trésors. Du 24 novembre au 23 décembre 2014, la ville s'habille de lumière : pas moins de 7 marchés de Noël se dressent autour du centre avec expositions de crèches, concerts et nombreuses idées cadeaux pour tous les goûts. De plus, la gare se trouve à proximité des marchés !

A partir de 19€ (trajet simple)
Avec Thalys ou ICE
Meilleur temps de parcours 1h47

Düsseldorf

Glissez sur une patinoire de 450 m² à la Gustaf-Gründgens-Platz, puis assistez à une représentation d'un théâtre de marionnettes dans une tente chauffée. Et pour terminer la journée, promenez-vous sur la phénoménale Königsallee, bordée de majestueux marronniers illuminés de milliers d'ampoules.

A partir de 19€ (trajet simple)
Avec Thalys ou ICE
Meilleur temps de parcours 2h14

Oberhausen

La destination idéale pour faire son shopping de Noël ! La renommée de son centre commercial n'est plus à faire. Vous y trouverez les plus belles décorations en cette période féérique. A l'extérieur se dresse un gigantesque marché de Noël qui vaut certainement le détour...

A partir de 19€ (trajet simple)
Avec Thalys ou ICE
Meilleur temps de parcours 3h

"Si j'étais CEO..."

je lancerais une campagne de sensibilisation axée sur l'importance de la communication entre collègues."



NOM Nathalie Petit | **AGE** 33 ans | **LIEU DE TRAVAIL** Charleroi
DOMICILE Charleroi | **JOB** Agent Info Trafic principal | **AIME** les animaux, l'équitation, la zumba, le fitness

C'est Nathalie Petit qui s'y colle ! Agent Info Trafic principal, coordinatrice info et formatrice spécialiste du système d'annonces EMMA, elle a pris place dans le célèbre fauteuil rouge. Si Nathalie était CEO, elle... commencerait par une campagne pour sensibiliser les collaborateurs sur l'absolue nécessité de communiquer. "C'est important de privilégier les bons contacts, fluides, transparents et conviviaux entre collègues, notamment entre SNCB et Infrabel..."

Nathalie évoque aussi le harcèlement moral au sein de l'entreprise. "Les procédures mises en place sont encore trop timides. Quand le dialogue ne suffit plus, il faut pouvoir intervenir de manière plus sévère. Il ne faut pas minimiser ce phénomène."

Et si on parlait 'carrière' ? "Actuellement, je pourrais devenir sous-chef de bureau, mais mon domaine de compétence deviendrait alors purement administratif. Si j'étais CEO, je créerais, au-dessus du grade d'AIT principal, un nouveau grade pour pouvoir rester dans la filière de l'information aux voyageurs."

Enfin, Nathalie plaiderait, à l'instar des collègues installés précédemment le temps d'une interview dans le fauteuil du grand patron, pour une simplification des procédures d'acheminement de l'information au sein de la société. "Quand, par exemple, surgit un souci avec un écran en gare, tout se règle via un call center ; ça peut être un plus, mais en fait, on perd totalement le contact avec le technicien et cela peut ralentir le processus de réparation. Fâcheux pour nos clients..."



**B&You
en
VADROUILLE**

Notre concours dans le B&You n°3 mettait à l'honneur la gare de Liège-Guillemins, qui a fêté en septembre... son 5^{ème} anniversaire ! Stéphane Cloet a remporté le smartphone Samsung Galaxy, Debora Schaller et Vincent Van Balberghe ont gagné chacun un chèque Carrefour et Pascal Timmermans et Cathy Laforce sont les gagnants d'un chèque ICI PARIS XL.

Concours

Notre petit train poursuit son voyage dans notre beau pays et, avide de culture, est allé se cacher dans un musée. Mais de quel musée s'agit-il ? A la recherche d'un indice ? Découvrez notre rubrique Zoom, en page 28.

- le Musée royal de l'Armée et d'Histoire militaire
- le Musée Fin-de-Siècle
- le Musée de l'Institut royal des Sciences naturelles de Belgique



A gagner :

1 smartphone
Samsung Galaxy S5

1 séjour 'automne' pour deux personnes au Château de Limelette, comprenant une nuitée, le petit-déjeuner, le menu gourmand 3 services et l'accès au centre de balnéothérapie

10 places de cinéma

Envoyez votre réponse par email à **bandyou@sncb.be** ou par courrier interne à B&You, B-CP.023, section 13/2, Avenue de la Porte de Hal 40, 1060 Bruxelles avant le **16/01/2015**.

N'oubliez pas de mentionner votre nom, prénom, n° d'identification, votre adresse email, votre n° de GSM, le service dans lequel vous travaillez, ainsi que la ville où vous résidez.

Les prix de ce concours sont offerts par Rail Facilities.

Rendez-vous en
février pour
le prochain
B & You!