

C'est à dire

"Le train, déjà un goût de voyage"...
Une affaire à suivre !



Le succès de notre première campagne d'image de l'entreprise nous a convaincus qu'il fallait prolonger cette action. Une campagne d'image ne parle pas d'un produit, mais de l'entreprise elle-même.

Notre but: donner à la SNCB une personnalité forte qui permettra de progresser plus facilement sur le chemin de la réussite, de réduire les résistances du public à son égard, et de donner à notre travail un nouveau souffle et encore plus de dynamisme. Une campagne d'image est une action de longue haleine dans laquelle l'entreprise recherche la sympathie du public.

Le courant de sympathie que nous avons créé (et perçu à travers les réactions) lors de notre première campagne confirme que nous sommes sur la bonne voie: le train retrouve sa place dans la vie quotidienne des Belges. Aussi, en ce mois de décembre, nous lançons une nouvelle campagne sur ce thème. Tout est présenté pour que le train soit vu comme une partie intégrante des bons moments de la vie.

Une deuxième campagne (lancée en même temps) a pour but d'attirer de nouveaux abonnés au train. Elle sera spectaculaire et aura lieu de la mi-décembre à janvier. Elle consistera en des spots TV, une annonce d'une page dans tous les journaux, un bon d'essai pour 1 jour gratuit en train, et des panneaux mobiles de 20 m², installés à des endroits stratégiques. Pour mieux faire connaître nos différentes formules d'abonnements, nous éditons une brochure spéciale.

Le billet WE, né en mai 1987, est une formule au succès remarquable (16 % d'accroissement). Aussi, à l'occasion de chaque WE prolongé, les journaux publieront une annonce qui mettra en évidence l'avantage de cette formule.

Visiblement, les choses bougent à la SNCB, au niveau commercial, et dans la publicité, qui est son accompagnement naturel et indispensable.

Jacques Cornet,
Directeur général adjoint

Prochainement,
parution d'un numéro spécial,
grand format

STAR 21



Publicité: trois campagnes simultanées

Pour les abonnements

- Spots TV sur RTBF, RTL et VTM du 14 au 17 décembre.
- Le 18 décembre: page complète dans tous les journaux de Belgique. Cette grande annonce est un point d'orgue attirant l'attention des automobilistes navetteurs sur le fait qu'il existe une manière moins énervante d'aller au travail. Un bon d'essai pour 1 jour gratuit en train est offert à ceux qui le demandent.
- Mise à disposition d'une brochure d'information sur toutes les formules d'abonnement.
- Des "pavés" dans les journaux pour annoncer l'offre "12 mois pour le prix de 10".
- Dès la mi-janvier, des affiches mobiles de 20 m². Ces affiches seront installées à des endroits stratégiques, notamment sur les ponts d'autoroutes sous lesquels les files piétinent tous les matins, pour faire penser aux automobilistes à l'alternative train.

Pour la campagne d'image

- Spots TV du 3 au 30 décembre, sur RTBF, RTL et VTM. Ces spots établissent une association entre le train et la vie quotidienne.
- Mêmes spots dans les salles de cinéma de la mi-décembre à fin janvier.
- Annonces dans les magazines de fin décembre à fin janvier. Elles portent sur les mêmes thèmes que les spots.

Pour le billet Week-end

- Dans les journaux des 20 et 27 décembre: annonce des week-ends prolongés.

Soyons attentifs à ces campagnes: elles portent notre message, elles annoncent nos produits.

Tenons-nous bien au courant, et n'oublions pas: **chaque cheminot est un vendeur !**

A propos... de Go Pass

Vendre 100.000 Go Pass pour le 31 décembre !

Nous l'avions dit dans une précédente édition: c'était l'objectif fixé en mai, lors du lancement de ce produit pour les jeunes.

En juillet déjà, l'objectif était dépassé.

En novembre, la mise est plus que triplée: plus de 330.000 cartes ont été achetées par les jeunes de 12 à 25 ans. Calculez vite: cela donne 3.300.000 voyages en train !

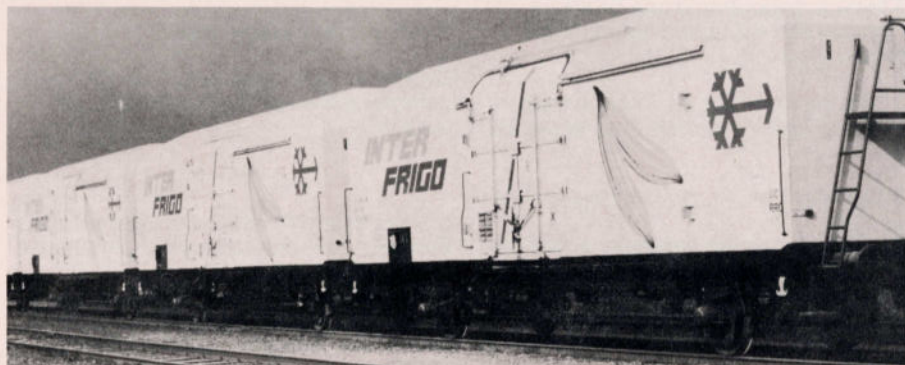
A propos... un fameux résultat, non ?

Un P 811 en voyage

En novembre 1989, l'un des deux trains de renouvellement des voies de la SNCB - P 811 en jargon ferroviaire - a fait deux semaines de visite aux Pays-Bas, avec son personnel de desserte, sur la section Akkrum - Heerenveen de la ligne Zwolle - Leeuwarden. Il s'agissait d'un test pour les Nederlandse Spoorwegen, qui voulaient voir si un tel matériel peut être mis en service sur leur réseau.

Jusqu'ici, nos collègues hollandais ont renouvelé 100 km de voies chaque année, de façon mécanique (avec portiques): remplacement des rails et traverses, et déjointage des rails. Le lit de ballast a été amélioré ou renouvelé sur un tiers de cette longueur.

Le train de renouvellement ne peut travailler que sur des sections d'une longueur suffisante, qu'il faut mettre hors service pendant un temps relativement long. Par contre - avantage incontestable - sa rapidité élève sensiblement la productivité.



Dictionnaire pour nos finances (suite)

Dans notre précédent numéro, nous avons expliqué la notion de sale/rent back, cette technique financière qui a permis de faire entrer de l'argent frais dans nos caisses en 1988.

Une autre technique a également été utilisée. Si elle ressemble un peu à la première, on y trouve quand-même une différence, dans la nature pratique de la re-location.

Sale/lease back

Un holding autrichien a, en 1988, acheté directement au constructeur 13 automotrices, pour une somme de 1,35 milliard. Voilà la signification de "sale" (à prononcer "sèle").

Ces automotrices, nous les louons pour 12 ans en "leasing", ce qui signifie que nous paierons un loyer, et qu'au bout des 12 ans, nous serons propriétaires de ce matériel. "Lease back" a un équivalent en français: "location/vente".

La méthode est bien connue des entreprises qui achètent des voitures de fonction, ou de certaines familles qui achètent un piano pour le petit qui suit les cours de l'Académie. Pendant tout un

temps, on est locataire; à la fin, on devient propriétaire.

Une telle opération procure des avantages:

- pour l'acheteur (le holding dont nous avons parlé): un gain fiscal;
- pour nous: un gain annuel sur ce que nous coûte ce matériel;
- pour l'Etat: un investissement de moins dans son budget.

Ces opérations techniques (sale/rent back et sale/lease back) prouvent deux choses:

- l'Etat accorde à notre Direction une certaine liberté de manoeuvre et permet ainsi à la créativité de produire des fruits;
- dans des opérations bien conçues, le secteur privé (financier dans ce cas) est intéressé par l'entreprise ferroviaire.

On peut en conclure (tout en restant lucide et prudent) que le chemin de fer rencontre un certain intérêt dans le secteur privé, et qu'il est beaucoup mieux que cette "administration dépassée" dont certains avaient annoncé la mort imminente.

Bananes-Express : un nom et un succès

Pour transporter des bananes, il faut prendre des précautions. En été: refroidir la température dans le wagon. En hiver: donner un peu de chaleur. Car les bananes ne conservent bien - avant d'être vendues par l'épicier - qu'aux environs de 7 à 8° C.

Pour de tels transports, nous utilisons des wagons "réfrigérants", équipés d'une machinerie qui contrôle la température ambiante. Ces wagons appartiennent à Interfrigo, une coopérative créée par les réseaux ferroviaires voilà tout juste 40 ans.

Avec nous, Interfrigo a eu l'idée de proposer un service très rapide et très bien

organisé à un grand importateur belge de bananes: BNFV, qui est installé à Anvers (et possède aussi une implantation à Zeebrugge). L'idée: former des trains directs rapides de 12 à 20 wagons chargés de bananes pour l'Allemagne du Sud et l'Autriche. Ces trains ont été baptisés "Bananes-Express".

Le premier a pris le départ en octobre 1988. On prévoyait à ce moment deux ou trois trains hebdomadaires d'une quinzaine de wagons en moyenne. Cela devait donner, au bout d'un an (en déduisant la période de congés), un total de 2.000 à 2.500 wagons expédiés.

La réalité dépasse largement la prévision: en octobre dernier, on a compté le 4.000^{ème} wagon chargé à Anvers. Quel succès !

Interfrigo ne cache pas sa satisfaction. Nous sommes tout aussi heureux, car ce succès prouve:

- ★ que le Bananes-Express est apprécié par l'expéditeur et par les destinataires;
- ★ que nous avons trouvé une formule efficace;
- ★ et que l'organisation pratique de ces expéditions a fort bien fonctionné.

Rendez-vous dans un an, pour un 8.000^{ème} wagon, ou bien davantage...

Nouveau à partir du 1^{er} janvier 1990 : la "Carte-train"

Dans la gamme des "produits" que nous vendons à la clientèle, nous trouvons une série d'abonnements adaptés aux besoins de ceux qui se déplacent régulièrement en train.

Il faut savoir que **dès le 1er janvier 90, l'appellation "abonnement" disparaît, au profit d'un nouveau nom: "Carte Train"**. Pour le reste, cela ne change pas. Voyons ce qui existe en plus de la "carte train administration" (que beaucoup d'entre nous connaissent d'expérience).

La carte train réseau

* voyage libre sur toutes les lignes SNCB pendant une période déterminée;
* carte "personnelle", c.à.d. qu'on ne peut prêter à d'autres.

La carte train d'entreprise

* mêmes avantages que la carte train réseau, mais
* non "personnelle": elle peut être utilisée par n'importe quel employé ou ouvrier de l'entreprise;
* valable aussi pour les a.s.b.l.

La carte train trajet

* voyage libre pendant une période déterminée, sur un itinéraire fixé;
* également "personnelle".

La carte train économique

comprend deux catégories:

économique "mensuelle"

* destinée aux déplacements entre le domicile et le lieu de travail, et
* réservée aux travailleurs dont la rémunération annuelle ne dépasse pas 675.000 francs;

économique "à la semaine"

* couvre aussi les voyages entre le domicile et le lieu de travail, mais
* est destinée aux travailleurs qui exercent une profession principalement manuelle et
* existe en deux versions: un aller-retour par semaine ou un aller-retour par jour.

La carte train scolaire

comprend aussi deux catégories:

"un aller-retour quotidien"

* pour les écoliers et étudiants qui rentrent chaque jour à la maison;
* valable entre la gare qui dessert le domicile et celle qui est la plus proche de l'école fréquentée;

"un aller-retour par semaine"

* concerne les étudiants qui "kotent" et ne rentrent chez eux que le week-end (et pour les congés);
* également valable entre la gare qui dessert le domicile et celle qui dessert l'établissement fréquenté.

La carte "train +": nouveau en 1990

C'est tout simplement une combinaison de la carte train (voir les formules qui précèdent) avec un libre parcours sur toutes les lignes de la STIB, à Bruxelles.

Le prix d'une carte train

est bien sûr plus avantageux que le prix d'un billet. Voyez notre petit tableau à ce sujet. Et dans le cas de la carte train

économique, il faut ajouter que l'employeur rembourse la moitié du prix payé par le travailleur.

La validité d'une carte train

est généralement laissée au choix de l'acheteur (sauf la carte train économique à la semaine). Elle commence à n'importe quelle date. On peut payer la carte train pour un mois, un trimestre, une année entière. Le prix pour l'année entière est plus ou moins équivalent à onze fois le prix pour un mois. Mais des promotions sont organisées, qui prévoient des prix encore inférieurs.

La promotion de janvier

a pour but d'encourager les gens à payer la carte train pour l'année entière. Cette fois, ce n'est plus onze, mais dix fois le prix d'un mois qui leur sera demandé. Cela correspond donc à un (et même deux) mois d'économie. □

Le prix d'une carte train

Pour permettre de comparer les cartes train avec le billet ordinaire, nous donnons ici

* le prix par kilomètre
* pour la distance moyenne de 48 km (dans le cas des cartes train "réseau" et "entreprise", nous supposons que chaque jour, le titulaire fait deux voyages de cette distance, pour les autres, la distance est toujours fixée)

Billet ordinaire 2ème classe A/R	3,13
Cartes Train	
réseau	1,89
d'entreprise	2,08
trajet	1,11
économique "au mois"	0,81
économique "à la semaine", valable tous les jours	0,87
scolaire 1/jour	1,00
scolaire 1/semaine	2,50

Lisez les journaux,
regardez la télé:
nous y faisons
de la publicité.

Le 18 décembre:
opération
"abonnements"

En outre:
un spot d'image de
marque
et une campagne
"billet Week-end"



Dispatching appelle IC 315 !

Pouvoir établir à tout moment une communication radio entre les trains et le sol, c'est un grand avantage pour la sécurité et la régularité des circulations et donc pour le service à la clientèle. En effet, la radio permet de signaler des particularités d'exploitation (changements d'horaire, arrêts spéciaux, etc.) comme des défauts ou situations anormales, voire dangereuses; et de transmettre des informations utiles à la clientèle: possibilités spéciales de correspondance, informations sur les retards, etc.

Par rapport aux moyens de communication dont dispose déjà le conducteur (téléphones de signaux, postes d'alarme), la radio a le grand avantage d'établir le contact pratiquement dès que le besoin s'en fait sentir.

Pour profiter de ces avantages, la SNCB a mis au point, au cours des années 80, un programme d'équipement radio "sol-train" qui doit couvrir de nombreuses lignes principales et la majorité des trains qui y circulent.

Les équipements consistent en:

- installations fixes: centraux radio placés dans les dispatchings régionaux et équipements en ligne (loges, pylones et antennes directionnelles) installés selon le relief et l'environnement de la ligne;
- installations mobiles, dans les postes

de conduite des locomotives électriques, automotrices et voitures-pilotes.

La communication entre le conducteur et le dispatcher est le plus souvent un échange de messages codés: l'actionnement de poussoirs chez l'un provoque l'allumage de voyants chez l'autre (une conversation normale est cependant possible, au départ d'un code particulier). Les communications sont sélectives: seul le conducteur du train concerné reçoit les informations qui lui sont destinées; mais le dispatcher a la possibilité d'émettre un appel général pour tous les trains de la ligne. Via le conducteur, le chef-garde peut entrer en contact avec le dispatching et réciproquement, afin de transmettre des informations concernant la clientèle.

Le programme d'équipement en installations fixes et mobiles atteint une valeur totale d'un milliard de francs, répartis sur plusieurs années. Les installations mobiles équiperont les 378 locomotives électriques, 386 automotrices et 69 voitures pilotes assurant les trains internationaux, les IC, les IR, certains trains P, les trains de marchandises, ainsi que les automotrices postales autonomes. Et bien entendu, des études sont en cours pour définir les équipements liés au TGV et aux lignes qu'ils parcourront.

parkings gratuits pour les clients train à partir du 1er janvier prochain. C'est une mesure d'encouragement qui devrait porter ses fruits.

TGV: LE DOSSIER PROGRESSE

Après avoir reçu les études d'impact sur l'environnement, les projets de tracés de la SNCB et les propositions d'intégration des lignes à grande vitesse dans le trafic national, le Ministre des Communications souhaitait disposer d'un rapport précis sur la rentabilité du projet TGV pour la Belgique. C'est fait. Lors de la réunion du 21 novembre à La Haye, avec ses collègues des autres pays concernés, il a pu obtenir un accord sur des règles de répartition et de rétrocession des recettes qui permettent de fixer la rentabilité entre 5 et 6 % pour la SNCB. Le dossier est donc complet. Et le Ministre a annoncé à la presse qu'il présenterait prochainement un projet global au gouvernement. Ce projet devra être discuté avec les instances régionales pour déboucher sur les deux étapes suivantes:

- la modification des plans d'aménagement du territoire;
- les procédures de délivrance des permis de bâtir.

Pour rappel, le calendrier TGV se présente comme suit:

- mi 1993: passage du TGV nord (de Londres et Paris à Bruxelles) sur l'infrastructure actuelle;
- 1995: mise en service de la ligne nouvelle frontière française - Bruxelles;
- ensuite, prolongement de la liaison vers le nord (Pays-Bas) et l'est (Allemagne).

Une précision, donnée par le Ministre le 22 novembre: les Français sont prêts à électrifier Lille-Tournai dans les délais requis (prévision du Ministre: vers 91/92, puisque le TGV doit passer en 93).

Télex

STAR 21

Le projet STAR 21 (l'avenir du rail à l'horizon 2000/2020) a été déposé sur la table du Ministre des Communications et présenté à la presse par celui-ci et les plus hauts responsables de la SNCB. Ce gros rapport de plusieurs centaines de pages nous donne des lignes de réflexion et de conduite. Un numéro spécial de c'est à dire y est entièrement consacré.

PARKINGS GRATUITS

La Belgique souffre intensément du problème des files sur les routes, particulièrement à l'entrée des grandes agglomérations. Une des solutions à cette maladie moderne consiste à transférer un certain nombre d'automobilistes aux transports publics (on en parle aussi dans STAR 21). Pour cela, il faut offrir autour des gares des places de parking que les gens soient désireux d'utiliser. Le problème du nombre de places est technique (il dépend de la surface disponible et des aménagements nécessaires), et doit être résolu au fil du temps. N'oublions pas que nous gérons une bonne centaine de parkings sur le territoire belge. Pour aller quand même plus vite, la décision a été prise de rendre 46

EUROMODAL 90

Les 31 janvier et 1er février 1990, à Bruxelles, 23 réseaux ferroviaires européens, leurs filiales spécialisées (Intercontainer et Interfrigo) et l'UIRR, Union Internationale Rail-Route, qui regroupe nos partenaires ferrouteurs, organisent le premier forum international du transport combiné. Exposés, débats et exposition au Palais des Congrès, exposition et démonstrations de matériels nouveaux à Schaerbeek: un programme chargé pour deux journées importantes. Informations SNCB 3 et 4/89 donnent des précisions à ce sujet. Et nous y reviendrons en janvier.

C'est à dire

est publié par la cellule des Relations Extérieures.

Pour nous donner votre avis, n'hésitez pas à nous écrire:

C'est à dire

SG 04.013, section 50 Bruxelles

Distribution 99999:00

