



MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, DE L'ÉNERGIE ET DE LA MER

Les engagements de SNCF Mobilités sur les ventes de billets à " petits prix " – quelle réalité, quelle définition, quelle évolution ?

Rapport n° 010630-01
établi par

Marie-Anne BACOT (coordonnatrice) et Mireille VIORA

Décembre 2016



Les auteures attestent qu'aucun des éléments de leurs activités passées ou présentes n'a affecté leur impartialité dans la rédaction de ce rapport.

Sommaire

Résumé.....	3
Liste des recommandations.....	5
Introduction.....	6
1. Le voyageur est confronté à une tarification complexe dont la logique et les niveaux relatifs lui échappent même si les prix du jour sont clairement affichés.....	7
1.1. Pour une même destination et sur une même journée, le voyageur se voit offrir plusieurs prix possibles.....	7
1.2. La tarification est structurée autour de trois grands principes.....	8
1.3. Sans faire l'objet d'un véritable rejet, la tarification, largement inspirée des secteurs déjà ouverts à la concurrence alors que le ferroviaire est encore monopolistique, fait l'objet de critiques récurrentes de la part des voyageurs.....	16
2. Le système juridique d'homologation et de régulation est de faible portée	19
2.1. Issues du barème kilométrique historique, les bases de la régulation tarifaire reposent aujourd'hui sur le respect de trois " bornes " tarifaires.....	19
2.2. L'homologation initiale joue un rôle majeur dans la tarification.....	21
2.3. La nature du tarif homologué est ambiguë et les bornes de modulation sont peu contraignantes.....	22
3. Un décompte plus rigoureux des " petits prix " est possible ; mais redresser les chiffres ne devrait pas nécessairement conduire à demander d'en augmenter le volume.....	24
3.1. La SNCF dénombre 22 millions de billets vendus à petit prix en 2015 ; la nature des " petits prix " décomptés relève d'une logique commerciale, issue du marketing de consommation courante.....	24
3.2. Pour effectuer un décompte plus rigoureux il faut donc chercher à objectiver la notion de petit prix. Une définition plus rigoureuse est possible.....	25
3.3. Le décompte rigoureux des billets vendus en 2015 à " petits prix " est possible ; faute de la collaboration de l'entreprise pour l'effectuer, la mission n'a pu valider complètement ses résultats.....	27
3.4. Redresser les chiffres du décompte ne devrait pas nécessairement conduire à demander d'en augmenter le volume.....	28
3.4.1. Pourquoi la question de ce quantum est-elle si délicate ?.....	28
3.4.2. La mission observe qu'aujourd'hui la concurrence de nouveaux modes pousse naturellement l'entreprise à développer les petits prix ; elle ne préconise pas la fixation par l'État d'un quantum de petits prix.....	29
3.5. Il faut inviter l'entreprise à rechercher des solutions pour certaines situations sensibles.....	34
3.6. L'examen de ces situations sensibles conduit à s'interroger sur l'éventuelle nécessité d'évolutions plus fondamentales.....	36
4. Pour un suivi rigoureux des " petits prix ", la mission propose l'adoption d'un format de compte rendu tarifaire annuel.....	38

4.1. La mission préconise de demander un compte rendu complet et rigoureux des " petits prix " pour 2015, à titre de calage initial des chiffres.....	38
4.2. La mission préconise un format précis de compte rendu tarifaire annuel pour les " petits prix ".....	39
4.2.1. Une approche globale des " petits prix " peut donner une appréciation générale.....	39
4.2.2. Cette approche globale doit être complétée par une approche plus rigoureuse pour 55 origines-destinations.....	40
4.3. Un tel travail peut être réalisé dans un cadre conventionnel ou réglementaire, la mission privilégiant le cadre conventionnel pour ce qui est des " petits prix ".....	40
Conclusion.....	42
Annexes.....	45
1. Lettre de mission.....	46
2. Illustration de la tarification liée au marché.....	49
3. Les principales promotions.....	51
4. Relevés de prix.....	54
5. Décret 2016-327 du 17 mars 2016 et arrêté du 16 décembre 2011.....	55
6. Historique des hausses tarifaires.....	65
7. Liste des personnes rencontrées.....	66
8. Glossaire des sigles et acronymes.....	68

Résumé

De manière récurrente, le transport ferroviaire est perçu comme coûteux et réservé aux personnes les plus aisées. Parallèlement, pour développer l'usage du train, SNCF Mobilités s'est lancée avec l'accord des pouvoirs publics dans une politique commerciale offensive qui met l'accent sur le développement des billets vendus à " petits prix ". Le décalage entre les annonces de l'entreprise en matière de " petits prix " et le ressenti des usagers ont conduit la ministre de l'environnement, de l'énergie et de la mer à confier au CGEDD une mission afin d'évaluer la réalité des " petits prix " pratiqués.

La majoration tarifaire portant sur le plein tarif des services TGV et Intercités à réservation obligatoire demandée par SNCF pour 2016 et non appliquée au final, devait en contrepartie s'accompagner d'une augmentation conséquente du nombre des billets vendus à petit prix, soit + 4 millions de billets sur l'année 2016.

Sans attendre la fin de l'année, la ministre a demandé que la mission du CGEDD l'éclaire sur la définition la plus adaptée du périmètre des " petits prix " et sur l'effort fait par l'entreprise en la matière. Elle a souhaité que la mission précise une méthode qui permette à l'État de vérifier la réalité des suites concrètes données par SNCF Mobilités aux engagements qu'elle a pris en matière de " petits prix " et que cette méthode puisse être appliquée dès le dénombrement de ces billets vendus en 2016.

Pour permettre cette évaluation, il a paru indispensable à la mission de replacer les " petits prix " dans le contexte plus général des gammes tarifaires proposées par SNCF Mobilités pour les TGV et Intercités à réservation obligatoire. Tel est l'objet de la première partie du présent rapport qui permet de mettre en évidence le très grand nombre des niveaux de prix pratiqués pour une même origine-destination en fonction de la segmentation des marchés opérée par SNCF Mobilités. Cette situation classique dans des marchés ouverts à la concurrence est moins bien vécue dans une situation toujours largement monopolistique, ce qui explique sans doute une part de l'écart entre les annonces de l'entreprise et le ressenti des voyageurs sur les questions tarifaires.

La ministre ayant demandé également à la mission de proposer une méthode qui permette de contrôler régulièrement et de manière fiable la réalité des " petits prix " pratiqués, il a paru indispensable à la mission d'exposer au préalable les dispositions actuelles de l'homologation tarifaire par l'État. C'est l'objet de la deuxième partie du rapport qui montre l'ambiguïté de la situation : l'État porte une grande part du poids politique des hausses tarifaires annuelles alors même qu'une fois instauré, à l'ouverture de la ligne à grande vitesse, le tarif qui structure la tarification de chaque axe, les modulations et une grande part de la tarification qui sont réellement pratiquées lui échappent. Cette partie montre, en outre, l'absence de portée réelle des règlements censés permettre la régulation des grands principes tarifaires, du fait en particulier de l'inadéquation des niveaux de seuils adoptés.

Dans une troisième partie, le rapport analyse la définition des " petits prix " retenus par SNCF Mobilités. L'entreprise annonce pour 2015 le chiffre de 22,1 millions de billets vendus à " petits prix " dans les trains TGV et Intercités à réservation obligatoire.

La définition assise sur la gamme commerciale des tarifs SNCF retient un certain nombre de billets qui ne peuvent manifestement être réellement qualifiés de " petits prix ". Pour objectiver la notion, la mission a proposé de prendre comme limite supérieure des petits prix le prix calculé sur la base du prix moyen constaté au

kilomètre du plus grand co-voitureur français majoré de vingt pour cent pour tenir compte des avantages comparatifs du mode ferroviaire. Elle a proposé également un plafond de 55 euros, constatant l'existence d'un plafond psychologique autour de 50 euros.

Avec un périmètre des " petits prix " ainsi redéfini, le nombre des billets vendus à " petits prix " en 2015 s'est élevé à 17 millions environ.

La correction apportée au niveau annoncé du volume des " petits prix " ne conduit pas en revanche la mission à remettre en cause la réalité de la dynamique annoncée, celle-ci paraissant tout à fait nette depuis 2012.

Plus généralement la mission fait le constat que l'émergence d'une vraie concurrence intermodale avec l'essor du co-voiturage et, plus récemment, des autocars s'est révélée plus efficace pour peser sur les prix que les régulations administratives antérieures. La dynamique des " petits prix " développés par SNCF depuis 2012 lui doit à peu près tout. Elle est une réaction directe à la perte de clientèle qu'a engendrée l'émergence de solutions alternatives à coût réduit, notamment pour les voyageurs qui n'ont pas de voiture et qui étaient jusque là des clients captifs.

Les résultats en matière de panier moyen demandé au voyageur auxquels la mission a eu accès et qu'elle ne publie pas en raison du secret des affaires attestent de ces évolutions et conduisent la mission à recommander de ne pas imposer à l'entreprise un volume supérieur de " petits prix " par rapport au chiffre redressé constaté, mais de mettre simplement les évolutions sous surveillance par la production d'un bilan tarifaire annuel convenablement formaté. La mission a également observé que certaines situations, (la tarification à " petits prix " des déplacements de week-ends, ou les déplacements des familles), posaient des questions spécifiques. Sur ces points, la mission invite l'entreprise à améliorer son offre et les pouvoirs publics à observer attentivement les évolutions.

La méthode d'établissement du bilan annuel des petits prix fait l'objet de la quatrième partie du rapport. Elle est fondée sur un formatage précis que la mission ne propose pas de transposer dans les textes réglementaires. Une telle évolution pourrait à son sens se justifier dans le cadre plus large d'une réflexion à mener sur la régulation tarifaire à mettre en place une fois le secteur ouvert à la concurrence, réflexion qu'il conviendrait d'anticiper dès à présent compte tenu de la transposition du quatrième paquet ferroviaire.

Liste des recommandations

Pages

- Ne pas imposer un quota de " petits prix " à la SNCF mais mettre leur dénombrement sous surveillance à l'occasion des bilans tarifaires annuels, selon les recommandations prévues ci-dessous. 34
- Inviter l'entreprise à rechercher des dispositifs permettant, sans compromettre les ressources de l'entreprise, de répondre aux situations sensibles et en particulier d'améliorer l'accès à des " petits prix " en week-end, probablement en travaillant sur les pointes " normales " ainsi que sur les offres proches du départ ou de dernière minute. 36
- Renforcer le suivi du remplissage des trains et viser, par exemple, un remplissage des trains de week-end à un taux d'occupation globale élevé à fixer. 36
- Procéder au calage rigoureux du dénombrement des petits prix de l'année 2015, selon la méthode préconisée par la mission et le mettre à jour régulièrement. 39
- Prévoir dans le bilan tarifaire le rendu des éléments suivants : -1- la courbe de distribution respectivement des prix Prem's et Promos, des iDTGV, des OUIGO, des POP et fournir simultanément -2- les distances moyennes respectivement des trajets TGV classiques, iDTGV, OUIGO et POP -3- le calcul des petits prix selon la méthode globale proposée par la mission. 39
- Prévoir dans le bilan tarifaire un rendu spécifique des mêmes éléments que ceux prévus dans la recommandation 4, mais focalisés sur les seules périodes de pointes "normales " 40
- Dénombrer chaque année, lors de la production du bilan tarifaire annuel, pour 55 OD, dont 50 permanentes et 5 désignées aléatoirement pour l'année par la DGITM, les billets vendus " à petits prix " dans l'acception fixée par la mission et préciser les billets vendus sur les périodes de pointe normale ainsi que 10 jours avant le départ jusqu'au jour du départ. Donner dans chaque cas la proportion de billets vendus à " petits prix " par rapport au nombre total des billets vendus. 40
- Réfléchir aux conditions d'une bonne régulation tarifaire dans le cadre d'une ouverture à la concurrence du transport ferroviaire intérieur, afin d'éclairer les avantages et inconvénients des options qui seront alors possibles et de préparer les mesures législatives et réglementaires qui seront alors nécessaires. 41

Introduction

De manière récurrente, le transport ferroviaire est perçu comme coûteux et réservé aux personnes aisées. Parallèlement, pour développer l'usage du train, SNCF Mobilités s'est lancée avec l'accord des pouvoirs publics dans une politique commerciale offensive qui met l'accent sur le développement des billets vendus à " petits prix ". Le décalage entre les annonces de l'entreprise en matière de " petits prix " et le ressenti des usagers a conduit la ministre de l'environnement, de l'énergie et de la mer, en charge des relations internationales sur le climat, à confier au CGEDD une mission afin d'évaluer la réalité des " petits prix " pratiqués.

La majoration tarifaire portant sur le plein tarif des services TGV et Intercités à réservation obligatoire (+ 1 %, applicable au 1^{er} juillet 2016, soit le même niveau que la prévision d'inflation), que l'État a accepté d'homologuer et à laquelle la SNCF a finalement renoncé, devait, en contrepartie, s'accompagner d'une augmentation conséquente du nombre des billets vendus à petit prix, soit + 4 millions de billets sur l'année 2016.

La ministre a donc souhaité que la mission du CGEDD éclaire sur la définition la plus adaptée du périmètre des " petits prix " et sur l'effort fait par l'entreprise en la matière. Elle a souhaité que la mission précise une méthode qui permette à l'État de vérifier la réalité des suites concrètes données par SNCF Mobilités à ses engagements en matière de " petits prix " et que cette méthode puisse être appliquée dès le dénombrement de ces billets vendus en 2016.

Tel est l'objet du présent rapport.

Pour permettre cette évaluation, il a paru indispensable à la mission de replacer les " petits prix " dans le contexte plus général des grandes gammes tarifaires proposées par SNCF Mobilités pour les TGV et Intercités à réservation obligatoire. C'est l'objet de la première partie du présent rapport. De même, pour présenter une analyse de la méthode de contrôle des " petits prix ", il a paru indispensable à la mission d'exposer les dispositions actuelles de l'homologation tarifaire par l'État. C'est l'objet de la deuxième partie du rapport.

Dans une troisième partie, le rapport rappelle le périmètre des petits prix tel que le définit SNCF Mobilités ; il propose une définition plus objective de la notion et réévalue l'effort de l'entreprise sous cette nouvelle définition.

Dans une quatrième partie, le rapport propose une méthode pour le contrôle annuel des " petits prix ".

Le champ sur lequel a porté cette investigation est celui des billets faisant l'objet d'une réservation obligatoire et intégrée dans le prix du billet, à savoir les TGV et les trains Intercités à réservation obligatoire. Les données portent sur l'année 2015, dernière année complète disponible au moment où la mission les a collectées (juin-septembre 2016). En tant qu'établissement public industriel et commercial, SNCF étant soumise au secret commercial, les données utilisées ont été conservées par les auteurs du rapport.

1. Le voyageur est confronté à une tarification complexe dont la logique et les niveaux relatifs lui échappent même si les prix du jour sont clairement affichés.

1.1. Pour une même destination et sur une même journée, le voyageur se voit offrir plusieurs prix possibles.

L'extrait ci-dessous du site "voyages-SNCF.com" montre l'écran qui s'affichait le 8 juillet 2016 en réponse à une demande de billet seconde classe pour un voyage Paris-Besançon le mardi 19 juillet avant midi. Quatre trains effectuaient ce trajet aux date et heures choisies. Sept niveaux de prix étaient proposés au voyageur occasionnel pour cette seule demi-journée. Les prix de seconde classe variaient du simple au double entre le niveau le plus élevé et le plus faible pour la même matinée sur le même trajet.

Train	Time	Duration	Non modifiable	Modifiable sous conditions	Modifiable	1 ^{ère} classe
06h53	09h29	2h36	44,30 €	51,30 €	75,40 €	à 45 €
07h57	11h05	3h08	-	65,80 €	84,30 €	à 64 €
10h23	13h27	3h04	-	79,20 €	84,30 €	à 57 €
11h23	13h53	2h30	-	71,80 €	75,40 €	à 60 €

Dans le contexte d'une large multiplicité des tarifs applicables, il est indispensable de commencer par exposer le plus clairement possible les composantes de la gamme tarifaire pour resituer la problématique des petits prix.

Notons d'emblée que le choix de la tarification est très largement de la responsabilité de l'entreprise ; c'est elle qui la conçoit¹. L'État n'intervient que dans le cadre d'une validation d'ensemble dont nous étudierons plus loin la portée.

1.2. La tarification est structurée autour de trois grands principes.

1^{er} principe : la tarification TGV est spécifique à chaque axe ; elle s'est assez largement affranchie du barème kilométrique. Il en va de même pour la tarification des trains Intercités à réservation obligatoire.

2^{ème} principe : la tarification est différenciée en fonction des situations des personnes qui voyagent : leurs motifs de déplacement, la fréquence de leurs voyages, le prix qu'ils attachent à la faculté de renoncer ou de modifier leur voyage.

3^{ème} principe : de larges modulations tarifaires sont pratiquées en application du " *yield management* " en fonction de la plus ou moins grande anticipation de l'achat.

1^{er} principe à retenir : la tarification des trains à réservation obligatoire (TGV et Intercités) est spécifique, elle s'est assez largement affranchie du barème fixe, directement lié à la distance parcourue, qui servait traditionnellement de base aux tarifs SNCF.

Pour une même origine-destination, de nombreuses variations des tarifs sont prévues que nous analyserons plus loin. Néanmoins, pour chaque origine-destination, ces variations sont calculées et mises en œuvre à partir d'un tarif qui sert de référence ou de base de calcul à ces différentes variations. L'appellation de ce tarif a varié avec le temps. Pour éviter les confusions avec des notions réglementaires précises existant ou ayant existé et à défaut de meilleure appellation, dans ce qui suit, nous le désignerons dans la suite par les termes "tarif structurant".

Longtemps l'ossature de la tarification de tous les trains a reposé sur un barème kilométrique assez simple². Aujourd'hui, le tarif structurant des trains à réservation obligatoire s'en est largement affranchi. Il est bâti selon une logique d'axe, dite " de marché ". S'il continue d'être construit en référence au barème kilométrique historique pratiqué sur la même origine-destination avant l'ouverture de la ligne TGV, il prend aussi largement en compte d'autres facteurs propres à la situation particulière du marché sur cet axe.

En premier lieu, pour les TGV, ce tarif est plus élevé que le tarif kilométrique classique pour tenir compte de la valeur du gain de temps réalisé par le voyageur. Concrètement,

¹ L'État ne définit réellement la tarification que pour les tarifs sociaux et spéciaux

² Avec le barème kilométrique, le tarif appliqué varie avec la distance. Ce barème kilométrique est dégressif avec la distance (les coûts de production décroissant avec celle-ci).

Ce barème kilométrique historique est toujours en vigueur pour les trains Intercités d'accès libre (environ 60 % des circulations des Intercités). Jusqu'au 1^{er} janvier 2016 il constituait aussi la tarification de base pour les TER.

la valeur du gain de temps réalisé grâce à la grande vitesse est partagée entre SNCF et le consommateur.

Mais les tarifs TGV applicables sur un axe tiennent compte aussi d'autres éléments et en particulier de la capacité contributive de l'axe (sa commercialité, elle-même largement dépendante de la taille et de la densité en habitants des territoires desservis, du dynamisme économique de ces derniers et de la concurrence intermodale en particulier aérienne). Des distorsions peuvent également être introduites sur un même axe entre des destinations sur lesquelles la demande est plus ou moins forte.

Le tarif structurant de chaque origine-destination d'une ligne est fixé pour la première fois au moment de la création de la ligne à la lumière des analyses du marché de la ligne. Il évolue ensuite le plus souvent par application de hausses générales, lors de l'examen annuel des tarifs. Parfois, des ajustements plus importants sont réalisés pour tenir compte de l'évolution particulière du marché sur l'axe concerné, essentiellement lorsque l'ouverture de nouveaux linéaires à grande vitesse impacte le marché d'une ligne existante.

Comme dans la tarification historique des lignes classiques, les tarifs TGV comportent une certaine dégressivité des prix avec la distance (les coûts de production décroissant avec la distance) ; et les prix restent cohérents : on ne peut obtenir, sur un même axe, de tarif moins cher pour une destination lointaine que pour une destination plus proche (même si le marché le justifierait).

Le système de prix TGV pratiqué aujourd'hui garde donc un lien, réel mais assez distendu, avec le " barème kilométrique " qui servait pour la fixation du tarif de la ligne avant ouverture du TGV. Les exemples donnés dans les tableaux en annexe 2 illustrent le fait qu'il n'y a pas de logique unique et simple dans la fixation des tarifs mais une appréciation assez pragmatique de leur commercialité.

La tarification TGV n'étant pas la simple résultante de l'application d'un barème kilométrique, l'État doit aussi homologuer les tarifs par origine-destination. Longtemps l'homologation, comme la fixation initiale du tarif structurant, a reposé sur le plein tarif de " période normale ", qui fonctionnait comme un tarif pivot autour duquel s'organisaient les différentes modulations. Nous verrons plus loin qu'à la suite d'une évolution conduite à partir de 2011, le tarif qui fait l'objet de l'homologation par l'État est aujourd'hui, sous l'appellation de " plein tarif Loisir " de seconde classe, un tarif qui fonctionne comme un tarif plafond au-dessous duquel s'organisent les modulations.

Il faut noter qu'initialement introduite pour le TGV, la logique de prix de marché a été étendue aux trains Intercités à réservation obligatoire. Le sujet tarifaire des Intercités à réservation obligatoire (qui représente environ 40 % du trafic Intercités total) sera donc traité concomitamment dans ce rapport avec celui du TGV, et distingué seulement en cas de nécessité.

2ème principe : la tarification est différenciée autour de plusieurs gammes tarifaires en fonction des situations des personnes qui voyagent : leurs motifs de déplacement, la fréquence de leurs voyages, le prix qu'elles attachent à la faculté de renoncer ou de modifier leur voyage.

Tout le travail de la SNCF repose sur une " segmentation " la plus solide possible de la clientèle afin de proposer les tarifs les plus adaptés au consentement à payer supposé de ces segments. La question de fond est d'arriver à vendre à des prix significativement différents un produit peu différencié à l'origine : il s'agit d'un siège

dans une rame avec la même origine et destination, la même heure d'arrivée et de départ. Les grands axes selon lesquels les différents segments de marché sont différenciés sont les suivants :

- La SNCF fait une distinction entre d'une part les voyageurs qui se déplacent pour des raisons de loisir, d'autre part ceux qui se déplacent pour des motifs professionnels ; cette segmentation est mise en œuvre essentiellement grâce à leur sensibilité différente au surcoût engendré par un billet échangeable en dernière minute.
- Il y a une distinction sur la base de la fréquence de l'utilisation du train : les voyageurs " fréquents " se voient proposer des cartes commerciales payantes qui ouvrent droit à des réductions tarifaires.
- La SNCF a aussi créé des catégories de billets non remboursables et non échangeables (ou bien sous conditions restrictives). Il s'agit de la gamme Prem's sur les TGV classiques et des billets accessibles seulement sur certains trains (OUIGO, iDTGV), voire certaines rames (iDTGV). Ils visent une partie spécifique de la clientèle dont les motifs de déplacement sont les loisirs (colonne de gauche du schéma présenté ci-dessous), la segmentation se faisant essentiellement en fonction de la flexibilité et éventuellement du lieu de la gare de départ.

Enfin, la tarification se divise traditionnellement selon deux niveaux de confort, la première et la deuxième classe. Ce rapport n'a pas étudié la première classe, même s'il existe aussi des promotions en 1ère classe, compte tenu de son positionnement tarifaire plus élevé.

Notons, pour être complets, qu'il existe, hors du périmètre de la présente étude, des tarifs qui s'adressent à des catégories de voyageurs regroupés sous l'ensemble des tarifs dits " sociaux " (familles nombreuses...), ainsi que de tarifs dits " spéciaux " (militaires, personnes handicapées et leurs accompagnateurs, abonnements de travail et abonnements pour élèves et étudiants, promenades d'enfants). Il s'agit de régimes tarifaires qui ont été imposés par l'État pour répondre à des situations particulières. Ces tarifs suivent une logique propre, différente de la logique de segmentation suivant le consentement à payer.

Le schéma ci-dessous fourni par SNCF Mobilités, résume les grandes catégories de situations que nous venons d'énoncer.




S'agissant des tarifs PRO qui ciblent les déplacements professionnels, ils sont toujours positionnés, en contrepartie d'une flexibilité quasi complète³, au dessus du reste de la gamme (quelques euros au dessus du tarif Loisirs maximum selon les destinations). Ils n'entrent donc pas, de fait, dans le périmètre de la mission ; nous ne les présenterons pas et ne les aborderons qu'incidemment, lorsque cet examen sera nécessité par l'objet de la mission.

La gamme Loisirs est la gamme qui fait l'objet du plus grand nombre de ventes. Elle est en quelque sorte le pivot de la tarification et est au centre des procédures d'homologations tarifaires par les pouvoirs publics. Le tarif structurant dont nous avons parlé plus haut la concerne très directement.



Les cartes commerciales qui ciblent les voyageurs fréquents fonctionnent selon une logique de "réduction" commerciale. Il s'agit de cartes payantes proposées par la SNCF qui donnent droit à des réductions tarifaires (Cf. tableau ci-dessous). Un nombre faible de voyages annuels suffit pour amortir ce prix d'achat.

Jusqu'au 1^{er} mai 2016, les réductions offertes aux porteurs de carte étaient calculées sur la base du "plein tarif Loisirs" homologué de la destination, avec une réduction garantie sur ce plein tarif jusqu'au moment du départ, et des réductions plus importantes dans les jours précédents. Depuis le 1^{er} mai 2016, le système a été simplifié puisque les porteurs de carte se voient offrir des réductions calculées directement sur les tarifs du jour offerts aux voyageurs sans carte. Les cartes commerciales ciblent quatre types de publics : les enfants de 0 à 12 ans et leurs accompagnants, les jeunes de 12 à 27 ans, les seniors à partir de 60 ans et les voyageurs circulant le week-end qui font un aller-retour de plus de 200 km.

Les réductions pour les porteurs de cartes depuis le 1^{er} mai

	Principes	Réductions garanties	Prix / an
<p>ENFANT + 160 000</p> 	<p>Accessible de 0 à 12 ans</p> <p>Des réductions pour l'enfant et jusqu'à 4 accompagnateurs</p>	<p>-25% garantis sur le tarif loisir du jour</p> <p>-10% sur tous les billets Prem's</p> <p>-25% sur les voyages vers l'international (Allemagne, Italie, Luxembourg, Suisse)</p>	<p>75€</p> <p>- 10€ lors du renouvellement</p>

³ La gamme PRO a été mise en place en 2006/2007. Un billet acheté à ce tarif permet un changement de train sans frais jusqu'à deux heures suivant le départ du train réservé. On notera que la différenciation de la gamme PRO repose quasi exclusivement sur la souplesse d'accès au train à réservation obligatoire ; elle ne repose pas sur un "mix produit" plus élaboré qui en ferait une véritable classe affaires. Cette source quasi unique de différenciation conduit l'entreprise à durcir de plus en plus les conditions d'échange et de remboursement dans les autres gammes, face au risque de départ des voyageurs à motif professionnel sur les tarifs Loisir.

<p>JEUNE 12-27 1 200 000</p> 	<p>Accessible de 12 à 27 ans pour des voyages jusqu'à la veille des 28 ans</p>	<p>-30% garantis sur le tarif loisir du jour</p> <p>-10% sur tous les billets Prem's</p> <p>-25% sur les voyages vers l'international (Allemagne, Italie, Espagne, Luxembourg, Suisse)</p> <p>+ Des réductions pour les 12 – 17 ans chez des partenaires (UCPA, OFUP)</p>	<p>50€ - 10€ lors du renouvellement</p>
<p>WEEK-END 360 000</p> 	<p>Accessible sans condition d'âge</p> <p>Des réductions pour le porteur et 1 éventuel accompagnateur</p> <p><u>Valable pour tout Aller-Retour de plus de 200km.</u></p> <p>Il suffit de passer une nuit du WE sur place [du vendredi au samedi, du samedi au dimanche ou du dimanche au lundi] ou un AR dans la journée du samedi ou du dimanche</p>	<p>-25% garantis sur le tarif loisir du jour</p> <p>-10% sur tous les billets Prem's</p> <p>-25% sur les voyages vers l'international (Allemagne, Italie, Luxembourg, Suisse)</p>	<p>75€ - 10€ lors du renouvellement</p>

Source SNCF Mobilités

On voit que ces cartes ciblent soit des personnes n'ayant pas de profil " professionnel " du fait de leur âge, soit des circulations de loisir (liées aux circulations de week-end). Avec des réductions désormais calculées sur la base des tarifs du jour, les détenteurs de cartes sont en pratique très largement tributaires de la gamme de tarifs Loisirs⁴. Ils deviennent ainsi très sensibles à la plus ou moins grande anticipation de leurs achats, en application du *yield* que nous allons examiner maintenant.

⁴ Ils peuvent aussi bénéficier des réductions sur des tarifs promotionnels, notamment " les Offres de dernière minute ".

Enfin, 3ème principe, les tarifs proposés évoluent au quotidien selon la pratique du *yield management* qui nécessite pour bien fonctionner une imprévisibilité des tarifs

Depuis les années 1990, la SNCF a introduit dans la tarification le "*yield management*" inspiré des pratiques du secteur aérien. Il s'agit de faire varier les tarifs selon la plus ou moins grande disponibilité à payer des voyageurs en fonction de différents critères et de permettre ainsi de maximiser la recette.

Pour illustrer ce principe de fonctionnement, examinons un exemple. Prenons le cas d'un train dont les billets ne sont vendus qu'à un seul prix. Compte tenu de la capacité à payer des clients, on peut supposer que si ce tarif unique est fixé à 100 euros, il ne se trouvera, par exemple, que 50 personnes prêtes à payer ce prix ; si le tarif unique est fixé à 30 euros, 325 personnes seront prêtes à payer ce prix.

On voit dans ces exemples à prix unique que la recette est dans un cas de 5000 euros et dans l'autre de 9750 euros. Le principe du *yield* est d'arriver à aller au-delà des 9750 euros de recette en segmentant les marchés de manière à aller chercher pour chaque créneau de clientèle, le plus loin possible, son consentement à payer. Pour cela, on fait varier les prix des billets d'un même train en fonction de la date d'achat et de diverses conditions commerciales. Grâce à une segmentation judicieuse on pourra ainsi, dans un même train, vendre par exemple 45 billets à 100 euros, 100 billets à 40 euros et 180 à 30 euros et la recette atteindra 13900 euros, toujours pour 325 passagers.

Le succès de cette opération tient précisément dans l'efficacité de l'étanchéité de la segmentation⁵ : en ouvrant des niveaux de prix inférieurs, il faut veiller à éviter au maximum que les voyageurs qui étaient prêts à-- payer plus ne se reportent sur le tarif inférieur et profitent d'un effet " d'aubaine ". La SNCF a largement bâti le cantonnement de sa segmentation sur le niveau d'anticipation de l'achat du billet couplé à une différenciation de la flexibilité (possibilité d'échange et de remboursement).

Pour fonctionner, le *yield* a structurellement besoin d'imprévisibilité : le succès du *yield* repose sur le fait que le client préfère acheter parce qu'il anticipe que le prix va monter⁶; comme il ne sait pas de combien, il a le sentiment qu'il y a un vrai risque à ne pas acheter tout de suite⁷.

Globalement, le *yield* permet un système gagnant-gagnant : en allant chercher le consentement à payer le plus élevé, il rend possible d'offrir aussi des prix plus bas et donc d'ouvrir l'accès du train à des voyageurs qui ne pourraient pas payer un prix plus élevé, tout en dégagant une meilleure recette qu'avec des tarifs fixes. Du point de vue

⁵ Cette technique de maximisation de la recette repose sur l'existence de taux d'élasticité différenciés, variables et évolutifs dans le temps selon les niveaux de revenus des consommateurs (segmentation de marché) mais aussi selon les personnes, leurs pratiques, leurs perceptions, ou encore, leur situation ou leur besoin par rapport au voyage (voyageur " captif ", sans alternative de transport.)

⁶ Dans le *yield* tel que le pratique la SNCF, le prix offert augmente au fur et à mesure que l'on se rapproche de la date de départ ; mais dans l'aérien, il existe d'autres pratiques impliquant la possibilité que le prix rebaisse plus tard. Ce système repose toujours sur l'imprévisibilité : les clients doivent ignorer si des prix plus bas leur seront ou non proposés ultérieurement, sinon ils attendraient pour effectuer leur achat. Il faut noter que le choix par la SNCF de ne pas pratiquer de *yield* à la baisse va totalement à rebours des pratiques de mobilité des jeunes, ce qui a d'ailleurs conduit l'entreprise à chercher une réponse à travers les trains POP en particulier.

⁷ La SNCF indique désormais le nombre des billets restant à vendre au prix indiqué, ce qui est une information utile au client, mais qui ne remet pas en cause sur le fond l'imprévisibilité des tarifs pour le client : le client ne sait ni ce que sera le prix suivant, ni les évolutions ultérieures.

du ministère des transports, le *yield* est ainsi un outil intéressant pour permettre à davantage de personnes de voyager⁸.

En pratique, l'État homologue les tarifs maximum de seconde classe de la gamme Loisir de chaque origine-destination (OD). Pour chaque OD, l'entreprise fixe plusieurs prix au-dessous de ce tarif et détermine, en fonction de sa connaissance de la clientèle des différentes lignes, les différents nombres de billets qu'elle compte vendre à chaque niveau en fonction de l'anticipation d'achat par le client. Quand la quantité prévue pour un prix est atteinte, elle passe au prix et à la quantité suivante ; parfois l'observation du marché l'amène à adapter la date de passage au prix suivant ou les quantités vendues aux différents niveaux de prix : si tous les billets d'un quantum prévu sont vendus avant la date prévue, elle ouvre plus vite la " boîte " de prix suivante ; si, au contraire, les achats sont moins dynamiques que prévu, elle peut élargir la durée d'ouverture d'un prix, voire la quantité des billets offerts à ce prix avant de passer au prix suivant.

Le *yield* vient donc ajouter un axe supplémentaire de segmentation aux tarifs loisirs ; tel que le pratique la SNCF il s'agit d'un axe temporel puisque reposant sur le principe de la récompense de l'anticipation et du " premier arrivé, premier servi ".

Les trains Intercités, même s'ils circulent sur ligne dite classique, obéissent aux mêmes logiques tarifaires (prix de marché, gammes segmentées, application du *yield management*) que le TGV lorsqu'ils sont également à réservation obligatoire.

Notons que la SNCF s'interdit de rouvrir une boîte de prix une fois qu'elle a été fermée : le prix ne peut pas baisser, contrairement à la pratique fréquente du *yield* dans l'aérien. Le prix ne peut être qu'en constante augmentation dans le temps, alors que le passager pourrait trouver des prix soldés lorsque le train dispose encore de places libres en dernière minute⁹. L'optimisation par le remplissage est ainsi fortement contrainte par cette règle. Il s'agit d'un choix de la SNCF qui entend ainsi prévenir des attitudes attentistes de la part du consommateur et empêcher les effets d'aubaine pour ses clients professionnels.

Au-delà de cette gamme tarifaire en quelque sorte permanente, la SNCF s'est mise à développer des opérations de promotions, comme les ventes flash, les offres spéciales ou les " Offres de dernière minute " pour les TGV ou les " Happy hour " pour les Intercités qui peuvent éventuellement améliorer la question du remplissage en période creuse. L'annexe 3 en retrace les principales.

La SNCF a aussi développé progressivement d'autres produits qui viennent compléter sa gamme principale.

Il s'agit en premier lieu des rames iDTGV dont la tarification est spécifique et qui fait également l'objet de *yield*. iDTGV est une filiale de la SNCF qui a été créée en 2004 ; l'objectif était largement d'en faire un " laboratoire " permettant de tester

⁸ Notons néanmoins que, selon la théorie économique, le *yield* ne garantit pas en lui-même que l'optimum des recettes correspond nécessairement au plus grand coefficient de remplissage d'un train. Les conditions du marché peuvent y conduire ou non. On notera que historiquement la SNCF a utilisé le *yield* pour maximiser sa recette, même si elle annonce ces derniers mois son intention de viser un meilleur remplissage des trains.

⁹ Jusqu'en 2016, le tarif était systématiquement placé dans les jours précédant le départ au niveau du plein tarif fixé pour l'origine destination concernée. Une inflexion de cette approche a permis de tester le maintien des boîtes de prix inférieures jusqu'au moment du départ sur quelques trains lorsque le remplissage n'était pas satisfaisant. Le durcissement des conditions d'échange et de remboursement également instauré en 2016 a permis de limiter les pertes de recettes qu'aurait induit l'utilisation de ces billets par les clients pro disposés à payer plus cher leur déplacement en jouant sur leur besoin de flexibilité.

différentes offres (bar, " ambiances ", vente exclusivement sur internet...) et notamment de tester le " *low fare* " sur très longue distance, là où le mode ferroviaire était moins compétitif en temps de parcours. Des rames dans certains trains, voire des trains complets, lui sont dédiés. Les réservations se font entièrement par internet. Les tarifs suivent complètement une logique commerciale, ils se situent hors du système d'homologation tarifaire annuel¹⁰. Avec le temps, la logique " *low fare* " s'est sans doute un peu émoussée et ce sont désormais d'autres produits (OUIGO, ou plus récemment l'offre POP), qui ont pris le relais de l'expérimentation commerciale et tarifaire dans le groupe SNCF. Nos sondages placent d'ailleurs en moyenne la tarification iDTGV très près de la tarification TGV classique, l'écart étant de l'ordre de quelques pour cent à un maximum de 20 %.

En avril 2013, la SNCF a lancé une offre OUIGO plus nettement inspirée du modèle " *low cost* " aérien. Contrairement à iDTGV, OUIGO n'est pas une filiale mais un service de la SNCF (SNCF Mobilités aujourd'hui). **OUIGO cherche une réduction maximale des coûts** ; les rames sont, par exemple, configurées de manière à maximiser le nombre de places à vendre, le nombre des bagages par passager est limité, les départs en région parisienne se font à partir des gares extérieures ; l'organisation des équipes de conduite, de maintenance et les mises en place des trains maximisent l'utilisation des rames. La tarification suit, là encore, une logique commerciale découplée du barème kilométrique et des tarifs classiques. Le *yield* est la norme. Au final le positionnement d'ensemble des tarifs OUIGO est nettement en dessous de celui du TGV classique. Nos relevés montrent un positionnement de l'ordre de 2 à 3 fois inférieur à la tarification TGV classique (avec un écart un peu plus marqué en début de période de vente et resserré en fin de période).

Dans la logique du " *low fare* " ou du " *low cost* ", les réductions offertes par les cartes commerciales ne s'appliquent pas aux billets iDTGV et OUIGO.

Une **dernière innovation** qui porte surtout sur 2016 est à signaler dans le champ des produits offerts par la SNCF et de leur tarification. Il s'agit des **trains POP**. Elle a été testée en 2015 sur des rames dites " haut le pied ", c'est-à-dire des rames non commercialisées qui circulaient normalement à vide, et sur 25 destinations. Le concept reposait sur l'idée que la mise en vente était testée 15 jours avant le voyage. Si la proportion de clients intéressés était suffisamment élevée, les places étaient mises à la vente 3 jours avant le départ. Depuis 2016, le concept a été modifié pour viser les places invendues sur les trains existants selon un principe de déstockage la veille du départ. Les tarifs sont simples et ronds : 10€ pour Paris-Arras, Lens, Douai ou Béthune ; 20 € pour Paris-Lille, Dunkerque, ou Valenciennes, Paris-Le Mans, Laval, St-Pierre des Corps ou Angers; 30€ pour Paris- Rennes, Nantes, Poitiers ou Angoulême, Paris-Dijon ou Besançon, Paris-Nancy ou Metz, et Marseille-Lyon; 40€ pour Paris- Bordeaux, Libourne, Tarbes, Paris-Lyon, Grenoble, Annecy, Aix les Bains ou Chambéry, Paris-Strasbourg, Paris-Quimper, Paris-Toulouse ou Lyon-Toulouse; enfin 50€ pour Lille ou Paris-Marseille, Montpellier ou Aix en Provence, Paris-Nice (exemples de tarifs relevés en 2016). Les tarifs POP sont des tarifs attractifs qui se positionnent en-dessous de la tarification du TGV classique et généralement, des tarifs des cartes commerciales. Ils sont vraisemblablement nettement au-dessus de la moyenne des tarifs OUIGO de l'origine-destination concernée mais au-dessous du tarif pratiqué le jour du départ.

On notera que les offres de dernière minute (les ODM) et les POP manifestent la recherche, de la part de la SNCF, des moyens de pallier les inconvénients d'un *yield* qui s'interdit de revenir à des niveaux de prix inférieurs même lorsque les

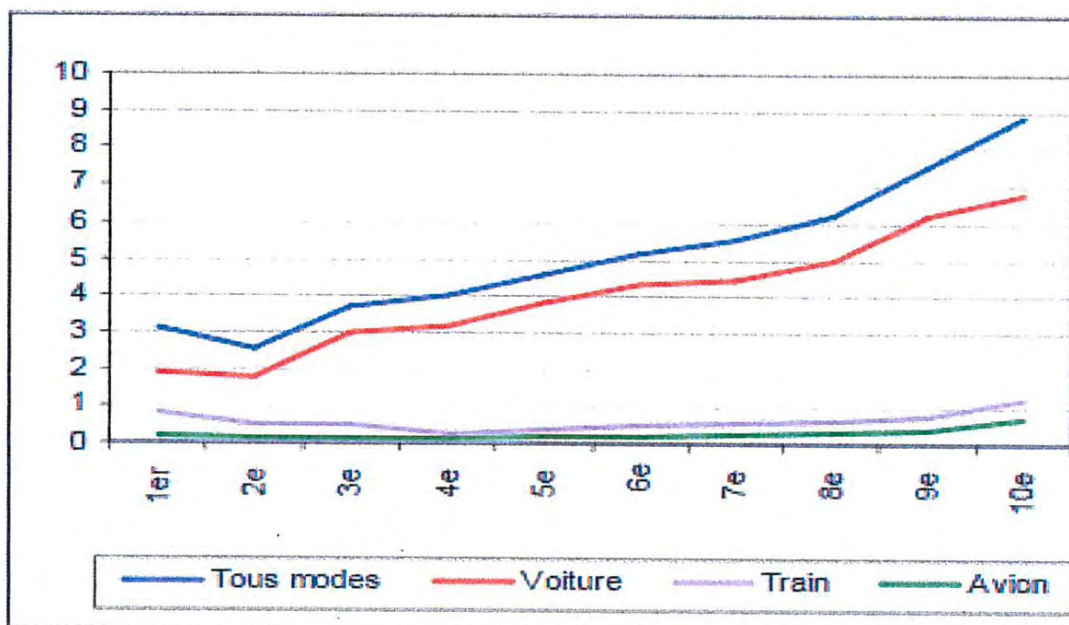
¹⁰ Cf. 2.3 ci-dessous.

ventes ne sont pas pleinement au rendez-vous. Cette recherche reste très prudente. Lorsqu'on observe les conditions de commercialisation des ODM et des POP, on voit que l'entreprise souhaite garder pleinement la maîtrise de l'ouverture des prix bas de déstockage. En effet, seules les personnes qui ont manifesté de l'intérêt pour la commercialisation d'un train ou de places POP peuvent ensuite réserver des places, (sauf les détenteurs de cartes Jeune qui peuvent le faire à la dernière minute même s'ils ne se sont pas manifestés dans les 15 jours précédant le départ). De même, les opérations de promotions que sont les ODM sont réservées aux détenteurs de cartes commerciales et ces offres sont très limitées en volume.

1.3. Sans faire l'objet d'un véritable rejet, la tarification, largement inspirée des secteurs déjà ouverts à la concurrence alors que le ferroviaire est encore monopolistique, fait l'objet de critiques récurrentes de la part des voyageurs.

Au milieu des années 2000 sont apparues des critiques récurrentes sur la cherté des TGV ; celles-ci apparaissent¹¹ comme le principal grief des passagers à l'endroit des TGV loin devant la question de la ponctualité. De fait, une étude publiée en décembre 2010 dans la Revue du Sétra sur la base de l'enquête déplacements 2008 montre que les utilisateurs des trains longue distance (avec et sans réservation obligatoire) appartiennent aux déciles de revenu par unité de consommation des ménages les plus élevés (ainsi qu'au premier décile, sans doute grâce aux tarifs " sociaux " offerts par les régions), tandis que les classes moyennes renoncent largement à prendre le train.

Fréquence des voyages personnels, par mode de transport et en fonction du décile de revenu par unité de consommation des ménages en 2008



¹¹ Selon une étude TNS SOFRES de début 2010. De nombreux articles de presse se sont fait l'écho aussi de ce thème.

La SNCF répond régulièrement aux critiques sur la cherté en expliquant que ses tarifs ne sont pas plus élevés que ceux qui sont pratiqués en Europe pour les trains rapides.

La mission n'a pas mené d'expertise sur ce point, les comparaisons internationales étant d'un maniement très délicat et demandant un pointage très précis. Il serait utile de mener à bien ce type d'études comparatives, en particulier sur le périmètre européen. En toute hypothèse, le ressenti sur la cherté du TGV est réel¹², il n'est pas étranger à la commande de la présente mission. Notons également que, selon la SNCF, une étude récente mesurant le " rapport qualité-prix " pour Intercités montre une amélioration de la perception de ce rapport qualité-prix corrélée à la mise à disposition de petits prix dans les années récentes.

Hormis le niveau global des prix, **l'imprévisibilité du prix du voyage est probablement la critique la plus nette qu'ont exprimée les associations de voyageurs** que nous avons rencontrées. Il faut remarquer que cette même imprévisibilité ne heurte pas les usagers du transport aérien, celui-ci ayant pleinement basculé dans le monde de la concurrence. Mais, dans le monde ferroviaire, la concurrence intra-modale n'existe pas sur les liaisons nationales. Les voyageurs ferroviaires se sentent plus proches du monde des transports urbains qui, sur le plan tarifaire, se caractérisent par une grande simplicité, une large forfaitisation et des niveaux globalement bas au regard de leur coût. Alors qu'il n'est pas encore ouvert à la concurrence, le secteur ferroviaire a développé une tarification qui, dans sa logique, anticipe cette ouverture. Cette situation à mi-chemin entre deux mondes explique sans doute une bonne part des incompréhensions des voyageurs. Certains ne manquent d'ailleurs pas d'analyser les tarifs qu'ils considèrent comme élevés sous l'angle de la rente de monopole.

Le sentiment d'imprévisibilité tient évidemment principalement à la pratique du *yield*. L'amplitude entre le tarif le plus haut et le plus bas du *yield* est importante : les relevés effectués pour illustrer la problématique (Cf. annexe 4) montrent un écart de facteur 2,5 (correspondant à + 250%) en moyenne entre le prix le plus haut et le prix le plus bas, allant de 1,7 à 4. Ces écarts sont plutôt inférieurs à ceux qui sont pratiqués dans l'aérien, mais sont très importants au regard du budget du voyageur. De fait, pour une même origine-destination, on compte 15 paliers de prix dans le *yield* de la gamme loisir. À ces niveaux de tarifs découlant directement du *yield* s'ajoutent en outre les niveaux de prix Prem's qui peuvent aller jusqu'à une douzaine (sans compter d'éventuelles opérations de promotion).

Au final, la profusion des tarifs et l'imprévisibilité du niveau auquel le voyageur pourra acheter son billet selon les dates auxquelles il effectuera son achat, entretiennent un sentiment d'absence de transparence, alors même que les informations fournies jour de vente par jour de vente sur le site SNCF.com sont bien complètes. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a d'ailleurs confirmé à la mission une complétude des informations fournies plutôt meilleure que celle résultant des pratiques commerciales habituelles. Elle exonère par ailleurs la SNCF des soupçons " d'*IP Tracking* " ¹³ qui expliqueraient l'augmentation tarifaire d'une connexion à l'autre.

¹² Il est évoqué régulièrement par les associations et par la presse. Ce reproche n'est pas étranger à la présente mission : c'est parce que l'entreprise mettait en avant ses " petits prix " auprès de sa tutelle en réaction à cette image de cherté que la ministre a demandé une évaluation de la réalité des " petits prix " pratiqués. Il n'entre pas cependant dans l'objet de la mission d'évaluer globalement la cherté ou non des prix du train.

Pour autant, le *yield* qui trouble tant par son imprévisibilité structurelle n'est pas rejeté en tant que tel par les associations de voyageurs que nous avons rencontrées. Les associations semblent en comprendre l'intérêt dans un contexte de finances publiques contraintes, pour ouvrir le champ de l'accessibilité au train, pour dégager des ressources pour le secteur ferroviaire et pour traiter la question des périodes de pointes. Elles sont conscientes en effet que la capacité des trains ne peut être fixée sur les besoins des grandes pointes de circulation (les vacances d'hiver en montagne par exemple) et que le *yield* permet un certain écrêtement de la pointe. Sans doute acceptent-elles d'autant mieux le *yield* que celui-ci est plafonné et que ce plafond reste mesuré, même s'il est perçu comme élevé¹⁴.

Le *yield* pratiqué par la SNCF appelle néanmoins deux observations complémentaires.

- La segmentation de la clientèle à laquelle s'appliquent les différents niveaux de tarifs du *yield* repose quasi exclusivement sur l'anticipation de l'achat. Lorsque le co-voiturage a émergé offrant une alternative au train, il est apparu que ce **critère d'anticipation allait totalement à rebours des modes de vie des jeunes**, peu enclins à la programmation, plus spontanés et souples dans l'organisation de leurs voyages. Confrontée à d'importantes pertes de clientèle jeune dès lors que des solutions alternatives sont apparues avec le co-voiturage, la SNCF a dû chercher des réponses commerciales en s'appuyant en particulier sur les réseaux sociaux et sur les cartes jeunes, (notamment en leur permettant l'accès aux trains POP même en dernière minute). De même, elle a également mis en place des opérations de dernière minute beaucoup plus ouvertes sur l'activité Intercités, sous le nom " d'Happy hour ".

- Plus globalement, **la mission s'interroge sur l'interdiction que s'est fixée la SNCF de rouvrir une boîte de prix inférieurs après passage aux niveaux de prix supérieurs** : même lorsque les places du train n'ont pas été toutes vendues à quelques heures du départ, le prix n'est pas proposé à la baisse. La mission est consciente de la nécessité de prendre des précautions pour ne pas perdre, dans ce type d'opération, des clients qui pourraient acquitter un prix plus élevé. Il reste que le choix de ne jamais diminuer les prix avant le départ (en dehors du cadre très limité des ODM et des trains POP) peut contribuer à la perception d'un train de plus en plus cher.

¹³ L'*IP tracking* fonctionne de la manière suivante. Quand un consommateur consulte le prix d'un billet sur un site internet, celui-ci repère son adresse IP (qui est le numéro d'identification provisoire ou permanent de tout appareil connecté à internet). Généralement, le consommateur va ensuite voir d'autres tarifs (sur le même site ou sur d'autres) pour comparer. Lorsque le consommateur revient au site initial, celui-ci reconnaît son adresse IP. Il peut alors faire croire au consommateur qu'il y a de moins en moins de places disponibles et que donc les prix montent, ce qui l'incitera à acheter au plus vite, car à chaque nouvelle connexion, le prix proposé s'élèvera un petit peu plus.

¹⁴ Seul le tarif de seconde classe est effectivement plafonné par la réglementation ; le tarif de 1ère classe qui, historiquement était plafonné à 150 % de la seconde classe, ne l'est plus.

2. Le système juridique d'homologation et de régulation est de faible portée

L'article 4 du décret 2016-327 du 17 mars 2016¹⁵ dispose que : **" SNCF Mobilités mène une politique tarifaire visant à développer l'usage du train en participant à la satisfaction du droit au transport, dans des conditions assurant l'équilibre global de son exploitation, (...). "** Notons en premier lieu que c'est l'entreprise qui établit la politique tarifaire.

Ce même article précise toutefois les quatre principes dans lesquels celle-ci doit s'inscrire : le développement de l'usage du train, l'accessibilité à l'usage du train (le droit au transport), l'équilibre global de l'exploitation pour l'entreprise, la réalisation des objectifs définis par l'État en vue de la meilleure utilisation du système de transports.

En l'absence de nouvelles dispositions, l'arrêté du 16 décembre 2011 tient lieu d'arrêté d'application du décret 2016-327.

2.1. Issues du barème kilométrique historique, les bases de la régulation tarifaire reposent aujourd'hui sur le respect de trois " bornes " tarifaires.

Le cadre de régulation des tarifs est directement issu de l'avis donné le 24 juin 1993 par le Conseil d'État à l'occasion de l'ouverture du TGV Nord et de la fixation des tarifs de cette ligne.

Jusque là, les tarifs avaient toujours été calculés à partir d'un prix de voyage en seconde classe valable pour l'ensemble des lignes SNCF modulé en fonction de la distance parcourue¹⁶, le tarif de base kilométrique. À l'occasion de l'ouverture de la LGV Nord, la SNCF a souhaité instaurer deux évolutions majeures. Il s'agissait :

- de substituer aux tarifs directement calculés à partir de la distance et du tarif kilométrique de base une série de tarifs de base établis pour le voyage en seconde classe sur chaque liaison du TGV Nord (liaison Paris-Lille, liaison Paris- Arras, liaison Paris-Lens, etc...) sans référence à un prix kilométrique constant, mais sur une base de marché, comme nous l'avons vu plus haut ;
- il s'agissait aussi d'introduire dans la tarification à cette même occasion le "*yield management*" que nous avons également présenté ci-dessus.

¹⁵ Le décret 2016-327 et l'arrêté qui lui tient lieu d'arrêté d'application figurent en annexe 5.

¹⁶ Jusqu'en 1986, le tarif au kilomètre était constant sur l'ensemble du territoire. Après 1986, une dégressivité du prix kilométrique en fonction de la distance avait été mise en place. La formule de calcul du tarif était : $\text{prix} = bd+a$, où d est la distance kilométrique, b le tarif kilométrique variable selon la catégorie de distance et où a est une constante variable elle aussi. Dans cette formule, a et b évoluaient selon 10 paliers de distance de façon à ce que le tarif au kilomètre soit décroissant avec la longueur du trajet. L'idée était que le tarif kilométrique doit diminuer selon la distance, en vertu du principe que les frais fixes attachés au déplacement " s'amortissent " sur une plus grande distance, permettant d'offrir à l'usager des transports une certaine dégressivité. Le barème kilométrique est toujours utilisé pour le calcul des tarifs des trains sans réservation obligatoire. Il est rappelé en référence pour le calcul des tarifs sociaux. Il continue de faire l'objet d'une homologation annuelle.

Très rapidement, ces deux évolutions ont été étendues à l'ensemble des TGV.

Dans l'avis qu'il a formulé sur les textes qui instaurent cette évolution, le Conseil d'État a posé des principes qui limitent la liberté tarifaire de l'entreprise. Constatant que la LOTI et le cahier des charges de la SNCF impliquaient que l'activité de la SNCF devait s'exercer dans le respect des " principes du service public ", au nombre desquels figurait le principe d'égalité de traitement des usagers d'un même service public, le Conseil d'État posait quelques règles dont le respect lui paraissait nécessaire. Il donnait avis que :

" - l'institution de tarifs de base propres à certaines liaisons demeure réservée à celles où il peut être justifié, par des éléments objectifs, que cette mesure est nécessaire pour atteindre les buts rappelés ci-dessus¹⁷ ;

- qu'afin d'éviter de porter atteinte, sur les liaisons concernées, au principe d'égal accès de tous au service public il soit imposé un écart maximum entre les tarifs de base particuliers et le tarif de base général ;

- (...)

- la SNCF attache une attention spéciale, en ce qui concerne les tarifs de base particuliers, à respecter l'obligation d'information du public mise à sa charge par l'article 11 du cahier des charges " .

La première condition conduisait à réserver la logique des tarifs de marché non kilométriques aux seuls TGV, le gain de vitesse pouvant justifier cette évolution. Ces tarifs non kilométriques sont restés longtemps effectivement réservés aux TGV. Ils ont été depuis étendus aux Intercités à réservation obligatoire¹⁸ ; c'est la raison qui a fait entrer les Intercités à réservation obligatoire dans le périmètre de la présente mission.

La deuxième condition trouve son application dans les bornes réglementaires dans lesquelles le décret du 16 décembre 2011 qui s'est substitué au " cahier des charges " précité enserme la liberté tarifaire des trains à réservation obligatoire.

Ces bornes ont été établies historiquement à partir du barème kilométrique :

- le montant maximum en 2nde classe par origine-destination ne doit pas dépasser 2,1 fois le montant du billet calculé selon le barème kilométrique ;

- au moins 50 % des billets 2nde classe vendus chaque année par SNCF doivent avoir un prix inférieur à 1,4 fois le barème kilométrique ;

- cette condition doit être vérifiée pour au moins 10 % des billets de 2nde classe vendus sur les trains partant le vendredi entre 12h et le samedi 12h et entre le dimanche 12h et le lundi 12 h¹⁹.

¹⁷ Les quatre principes contenus dans le décret que nous avons rappelés ci-dessus

¹⁸ A la suite de l'avis du 24 juin 1993 du Conseil d'État, la possibilité d'adopter un tarif majoré par rapport au tarif kilométrique n'a été ouverte, en principe, que pour des relations présentant pour les usagers des avantages particuliers de rapidité et de confort, ou pour lesquelles la référence à un tarif supérieur permet d'éviter la dégradation des comptes de SNCF Mobilités face à une forte concurrence intermodale ou ferroviaire. Une interprétation lâche de ces clauses a conduit à l'appliquer non seulement à tous les TGV mais aussi à tous les Intercités à réservation obligatoire.

¹⁹ On appelle tarif de base général, TBG, le barème kilométrique ; on appelle tarif réglementé de référence, TRR, la borne égale à 1,4 fois le barème kilométrique ou TBG. Le montant maximum en 2nde classe ne doit donc pas dépasser 1,5 fois le TRR ou 2,1 fois le TBG.

Ces deux dernières limites s'apprécient globalement au sein de dix sous-ensembles géographiques.

2.2. L'homologation initiale joue un rôle majeur dans la tarification.

La fixation des tarifs par la SNCF est libre mais soumise à une " homologation " par l'État. C'est au moment de l'ouverture des lignes nouvelles à grande vitesse (ou de dessertes avec du matériel TGV) que se passe la phase la plus cruciale de l'homologation du tarif.

Des études sont menées pour évaluer l'avantage qu'apporte l'ouverture de la ligne au voyageur et pour évaluer ce que peut être, dans ces conditions, la surcote du tarif homologué pour la nouvelle ligne par rapport à la ligne classique. On comprend qu'au-delà des considérations purement économiques les échanges avec les collectivités territoriales, qui participent de plus en plus au financement des lignes, ont aussi leur poids. La pratique a convergé pour que, à l'ouverture des lignes, la valeur commerciale du temps gagné (et donc la possibilité de hausse tarifaire que ce gain de temps permettait de réaliser) soit divisée en deux, la moitié au bénéfice de l'entreprise, la moitié rétrocédée au client.

Une fois cette tarification initiale arrêtée, la SNCF peut proposer des réajustements liés à l'évolution des marchés sur certains axes, à l'occasion des homologations qui se font annuellement en fin d'année pour l'année suivante.

Mais depuis quelques années, les homologations annuelles ont porté sur des taux de hausse globaux appliqués homothétiquement aux tarifs aux arrondis près. Les discussions se sont donc largement focalisées sur le niveau de cette hausse générale, et ses éventuelles justifications. Les argumentaires reposent bien entendu sur une situation économique et financière générale du contexte et de l'entreprise.

Ce rendez-vous annuel d'homologation des évolutions tarifaires donne l'occasion au ministre des transports et à son administration de prendre connaissance d'un compte rendu des pratiques tarifaires et de s'interroger éventuellement sur ces pratiques. C'est ainsi qu'a été initiée la présente mission.

Mais force est de constater que l'État assume ainsi le prix politique de décisions de hausse qui ne relèvent que très peu de sa responsabilité. Cette situation générale est justifiée par la logique d'autonomie qui est nécessaire à la vie des entreprises mais qui n'a pas été poussée jusqu'à accorder une totale liberté tarifaire à la SNCF ; elle est également en partie issue de la perspective d'ouverture à la concurrence, laquelle n'est entrée en vigueur que très marginalement (pour les lignes internationales et le cabotage associé) mais dont l'horizon de généralisation est dans les esprits depuis des décennies.

2.3. La nature du tarif homologué est ambiguë et les bornes de modulation sont peu contraignantes.

Sachant que l'on homologue un tarif unique par origine-destination²⁰, qu'homologue-t-on en réalité ? Les textes ne précisent pas la nature du tarif homologué, ils ne disent pas s'il doit être un tarif moyen, un tarif médian, un tarif plafond.

En réalité le tarif homologué par l'État sous l'appellation de plein tarif Loisirs fonctionne globalement comme un plafond tarifaire, en cohérence avec l'idée de laisser à l'entreprise pour la fixation de ses tarifs une large liberté, simplement surveillée, dans la logique d'autonomie évoquée ci-dessus. Cette situation contraste avec l'approche adoptée pour d'autres entreprises de réseaux, et il serait intéressant de compléter la présente mission par un travail sur la régulation tarifaire des entreprises en situation de quasi monopole.

Le positionnement du tarif homologué dans la panoplie tarifaire résulte d'évolutions nombreuses. Ces dernières ont créé en chemin des situations qui sont régies davantage par des décisions pratiques que par des règles officielles.

Une première porte sur les tarifs PRO, ciblés sur les professionnels, c'est-à-dire sur les entreprises. Ces tarifs ne font pas l'objet d'une homologation ; en pratique, une surcote de l'ordre de 10 % sur les tarifs homologués de la gamme Loisirs a été admise (dans le respect du plafond réglementaire fixé à 2,1 fois le tarif kilométrique, le TBG).

Une deuxième situation relevant de décisions pratiques et non de dispositions réglementaires concerne les tarifs iDTGV et OUIGO. Ces tarifs ne font pas l'objet d'une homologation formalisée. Comme les tarifs PRO, ils ont, bien entendu, été présentés aux tutelles lors de leur création, ne serait-ce qu'à l'occasion de leur examen en conseil d'administration, (ils ont pu à cette occasion parfois faire l'objet d'arbitrages interministériels). C'est dans cet esprit qu'il a été établi que les tarifs supérieurs iDTGV et OUIGO respecteraient les tarifs maximum homologués de la gamme Loisirs.

Enfin, une évolution importante dans la pratique de la régulation tarifaire doit être relevée.

Depuis la mise en place de la tarification TGV sur une base commerciale, l'entreprise présentait deux valeurs pour chaque origine-destination. Il s'agissait du plein tarif de période normale (PTPN), sur lequel était centrée l'homologation, et du plein tarif de période de pointe (PTPP)²¹, (deux pleins tarifs qui structuraient l'ossature tarifaire, car c'est à partir d'eux que l'entreprise concevait les modulations du *yield*). Ces périodes de pointe étaient, à l'origine, relativement limitées ; mais la notion de pointe s'est progressivement élargie avec de plus en plus de trains ainsi typés.

Depuis les nouvelles règles adoptées après 2011, l'homologation porte sur un seul plein tarif qui devient le " plein tarif Loisirs ", et qui n'est autre que l'ancien plein tarif de pointe. Le périmètre d'homologation de l'État a donc été modifié. Tous les trains sont désormais potentiellement susceptibles d'atteindre le PTPP.

²⁰ Pour la seconde classe et non compris les tarifs sociaux et spéciaux le prix des cartes commerciales et le statut des avantages tarifaires qu'elles apportent à leur titulaire et à ses bénéficiaires éventuels,

²¹ Nous avons retenu les termes de PTPN et de PTPP ; mais les notions ont connu diverses appellations selon les années, ce qui ajoute de la confusion à la complexité du suivi de la tarification. D'autant que certains termes, comme le tarif dit de référence, ont servi d'appellation à des notions différentes suivant les époques.

Ce glissement a ouvert à l'entreprise de larges possibilités d'augmentations tarifaires (par exemple en faisant monter ses tarifs jusqu'à cette nouvelle borne en fonction du remplissage du train), sans qu'il lui soit nécessaire de demander l'homologation d'une revalorisation globale de ses tarifs. (Il en est de même pour le tarif PRO).

Cependant, la régulation du système tarifaire, tant pour le cadrage initial des tarifs que des revalorisations ou évolutions ultérieures, étant censée reposer largement sur le respect des bornes réglementaires que nous avons évoquées plus haut, il convient donc d'en examiner la portée.

Les bornes de modulation sont peu contraignantes en pratique.

Dans la logique de l'avis du Conseil d'État, les bornes introduites dans la réglementation doivent permettre d'inscrire la tarification dans le respect des principes du service public et notamment permettre de réguler l'accessibilité tarifaire du train, tout en laissant largement le choix des voies et moyens de cette tâche à l'entreprise elle-même.

C'est le sens qui peut être donné aux règles de plafonnement des tarifs de seconde classe et de pourcentages de billets vendus au-dessous du tarif réglementé de référence (TRR = 1,4 fois le tarif kilométrique).

Le problème est que le niveau du TRR et ou le pourcentage des billets qui doivent être inférieurs à ce niveau pour valider la suffisante accessibilité des trains est manifestement déconnectée de la réalité : **plus de 90 % des billets TGV le sont à un prix inférieur au TRR**. On voit que l'obligation de 50 % de billets minimum vendus à ce niveau et de 10 % minimum aux pointes hebdomadaires de week-end n'ont aucune portée.

Au final, on peut raisonnablement avancer qu'une fois l'homologation initiale arrêtée lors de la création d'une ligne LGV ou lors d'une prolongation de cette ligne, **ce sont surtout le consentement à payer des voyageurs, éventuellement la concurrence des autres modes, qui constituent les véritables limites contraignantes pour la fixation de ses prix par SNCF Mobilités**.

3. Un décompte plus rigoureux des " petits prix " est possible ; mais redresser les chiffres ne devrait pas nécessairement conduire à demander d'en augmenter le volume.

3.1. La SNCF dénombre 22 millions de billets vendus à petit prix en 2015 ; la nature des " petits prix " décomptés relève d'une logique commerciale, issue du marketing de consommation courante.

La notion de "petits prix" développée par l'entreprise n'était pas dans l'ADN de la tarification classique ni dans celle du monde ferroviaire. C'est une notion commerciale. Le " petit prix " diffère du prix d'entrée de gamme. Il vise à améliorer l'image commerciale (notamment à lutter contre l'image de cherté globale des prix du train) mais aussi à animer la politique commerciale, à favoriser l'acte d'achat.

Il s'agit normalement d'un chiffre rond. La notion s'adresse à la subjectivité du client et, pour fonctionner, le " petit prix " ne doit pas être trop éloigné des éléments de comparaison plus objectifs auxquels le client peut se référer par ailleurs. Cette "comparaison" repose sur une perception issue :

- de prix significativement rabaissés par rapport aux prix relevés habituellement perçus dans le même univers (les prix habituels du train sur la même origine-destination),
- mais aussi du coût habituel d'un trajet tous modes de transport confondus (et, en particulier, du coût des modes de transport qui sont moins chers pour un même trajet, en tenant compte éventuellement des différences de durée ou de confort du trajet).

Dans cette logique commerciale, la SNCF annonce une large offre de billets à " petits prix " et dénombre, pour l'année 2015, 22 millions de billets vendus à " petits prix ".

Dans ce décompte, la SNCF retient tous les prix Prem's et les promotions, dont les POP, sur les TGV et trains Intercités, 100 % des billets OUIGO et 80 % des billets iDTGV. Interrogée par nos soins, la SNCF n'a pas fourni de niveau tarifaire plafond qui servirait de référence à la définition du petit prix, ni dans l'absolu, ni par catégorie d'origines – destinations, ni par origine – destination.

La SNCF retient 100 % des billets OUIGO en considérant que cela correspond au positionnement de ce produit dans sa gamme, qui est de les produire et de les vendre à bas coût. Elle retient 100 % des Prem's et promos, considérant que ces prix sont à chaque instant inférieurs au plus petit prix de la gamme Loisirs de la destination concernée.

Quant à iDTGV, s'agissant de la première offre " *low fare* " de la SNCF, le pourcentage de 80 % d'iDTGV a été retenu sur des bases qui ne nous ont pas été fournies. Depuis la création de OUIGO, le rôle et le périmètre d'iDTGV évolue. Avec des niveaux de " petits prix " pouvant aller jusqu'à 64 euros par exemple sur la longue distance, la SNCF défend la cohérence du pourcentage retenu.

Sur l'ensemble de ces bases, **SNCF dénombre un total de 22 millions de billets vendus à petit prix en 2015, dont 0,9 sur Intercités et 21,1 sur TGV. Les 21,1 millions de « petits prix » TGV représentent 21,3 % du total des 99,2 millions de**

billets de tous types vendus sur TGV²². Ces derniers se décomposent en 14,4 millions de billets Prem's et promos, 3,6 millions en iDTGV et 3,7 millions en OUIGO.

Bien évidemment, la mission n'a aucune raison de remettre en cause les chiffres annoncés au regard des critères de dénombrement. Mais les critères de dénombrement sur la base du statut dans la gamme commerciale sont-ils valables ?

Les différents sondages que nous avons effectués n'invalident pas l'idée que les Prem's ou les POP, les billets OUIGO et iDTGV sont en grande partie des billets à " petits prix ". Mais ils ne valident pas pour autant qu'ils puissent être retenus dans les proportions fixées par la SNCF, respectivement 100 %, 100 %, 100 % et 80 %.

On remarque ainsi, s'agissant des Prem's, que si on ne regarde pas date à date mais sur toute la durée d'ouverture des réservations, le tarif Prem's le plus élevé d'une origine-destination au moment des dernières offres de ce tarif peut être plus élevé que le tarif le plus bas du *yield* de ce trajet tel qu'il est proposé à l'ouverture des ventes : le niveau le plus haut des Prem's est ainsi supérieur à l'entrée de gamme Loisirs. Dans cette optique, ou bien l'entrée de gamme devrait être qualifiée de " petits prix " ou bien le haut des Prem's ne relève pas des " petits prix ". Les extractions de prix qui ont été effectuées à notre demande sur des dates aléatoires (Cf. annexe 3), faisaient apparaître par exemple des Prem's à 57 euros (sur une origine destination longue).

De même par exemple, les prix OUIGO maximum pratiqués sur les lignes Paris-Lille, Paris-Rennes, Paris-Nantes, Paris-Lyon ou Paris-Marseille atteignent respectivement 60€, 80€, 85€, 95€ et 115€. On peine à considérer 115€ comme un " petit prix ", même sur une longue distance.

L'approche par le statut dans la gamme commerciale ne peut donc être reprise sans des retraitements si l'on souhaite un dénombrement rigoureux.

3.2. Pour effectuer un décompte plus rigoureux il faut donc chercher à objectiver la notion de petit prix. Une définition plus rigoureuse est possible.

Il est clair qu'un prix ne peut être qualifié de " petit " en soi. Il varie nécessairement avec le service rendu, c'est-à-dire essentiellement avec la distance du trajet effectué. Pour un trajet Paris-Marseille, 30 € serait à coup sûr un petit prix, voire un très petit prix ; il ne le serait pas pour un trajet Paris-Lille par exemple.

Le co-voiturage donne une base intéressante pour approcher ce qui peut ou non être qualifié de petit prix.

Pour le voyageur, la notion de petit prix ne s'apprécie pas tant par comparaison avec le prix des autres billets ferroviaires que par comparaison avec ce que lui coûterait un autre mode de transport.

²² Il peut être plus significatif de rapporter les billets à « petits prix » à l'ensemble des billets vendus hors tarifs spéciaux et sociaux. La proportion des « petits prix » dans le total des billets hors tarifs spéciaux et sociaux s'élève est alors à 23,4 %.

Les autres transports terrestres (utilisation de la voiture particulière avec ou sans remboursement ou partage des frais kilométriques, co-voiturage organisé et, aujourd'hui, autocars) apparaissent comme les références les plus évidentes²³.

Le système du co-voiturage est fondé sur de la co-consommation de trajets et sur le partage des frais qui en découlent. Les tarifs sur les sites de co-voiturage sont donc naturellement construits sur le partage des coûts variables (carburant et, quand il y en a, péages), considérant que les autres frais (entretien, assurance, dépréciation du véhicule, etc) seraient dépensés de toute façon par le propriétaire du véhicule. Certains sites facturent en outre des frais de réservation (ils sont plafonnés à 20% du prix perçu par le conducteur dans le cas de BlaBlaCar).

Soulignons tout de suite que la référence au co-voiturage ne serait pas pertinente pour évaluer le niveau des prix ferroviaires en général. La tarification ferroviaire doit couvrir aussi la part des coûts fixes du fonctionnement du système ferroviaire. Le prix demandé lors d'un co-voiturage ne vise que le partage des coûts variables. Les frais partagés sont d'ailleurs très inférieurs au barème fiscal qui sert pour le remboursement des frais dans les entreprises qui est calculé sur la base des coûts complets et s'élève à 42 c/km²⁴. Si elle n'est pas pertinente pour apprécier la cherté de la tarification ferroviaire en général, la référence au co-voiturage est naturelle pour approcher la notion de " petit prix ".

La comparaison avec l'offre des autocars en service librement organisé (SLO) issue de la loi n° 2015-990 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques vient également à l'esprit. Nous ne l'avons pas retenue pour plusieurs raisons. La première est que le marché de l'autocar est en pleine émergence, qu'à l'évidence, il n'est pas mature, que l'offre est limitée en destinations et en complétude horaire et que ses prix ne sont pas encore consolidés. En outre, l'offre de covoiturage permet des comparaisons simples : les prix sont calculés au kilomètre et, comme pour le ferroviaire, l'offre est très largement répartie sur l'ensemble du territoire. La distance moyenne parcourue par les voyageurs en covoiturage semble d'ailleurs relativement proche de celle du ferroviaire (330 km pour BlaBlaCar, 480 km pour le TGV).

Une étude menée par l'Ademe sur un échantillon de 2000 utilisateurs passagers du co-voiturage a montré que 69 % d'entre eux déclaraient venir du train ; inversement, les études réalisées par la SNCF pour la mise au point de l'offre POP montrent que les bénéficiaires de cette offre auraient largement recours au co-voiturage sinon. Ces deux études renforcent bien l'idée de la pertinence de la référence au co-voiturage pour objectiver la définition du petit prix ferroviaire.

Deux correctifs sont cependant nécessaires.

- En premier lieu, le confort d'un trajet partagé dans une voiture est moindre, la durée est généralement supérieure ; mais cela peut être compensé par du porte à porte ou quasi porte à porte. On peut donc admettre à ce titre une légère surcote pour le " petit prix " ferroviaire. Sans pouvoir adosser cette appréciation sur une quelconque étude de marché, on sent bien que cet écart de valeur ne vaut que quelques pourcents du prix, qui peut être chiffré " au doigt mouillé " et pour faire bonne mesure à un maximum de 20 %.

²³ Sur la longue distance et sur certaines liaisons, la comparaison avec l'aérien serait également pertinente.

²⁴ De son côté, l'Ademe a calculé un coût complet au km parcouru d'une automobile. Pour une petite voiture à essence le coût est de 0,36 €/km; pour une voiture moyenne diesel de 0,51 €/km (0,49 €/km hors péages) et pour un monospace diesel de 0,71 €/km, (0,7 €/km hors péages).

- En deuxième lieu, sur la longue distance, il semble qu'il existe un plafond à la notion de petit prix ; cette situation s'explique sans doute en partie par le fait que lorsque la dépense franchit une part significative des revenus, elle n'est plus perçue comme un petit prix par le consommateur. Ce constat rejoint par ailleurs une spécificité de la tarification ferroviaire, la dégressivité des tarifs ferroviaires avec la distance. La mission évalue ce plafond psychologique du petit prix ferroviaire autour de 50 euros. C'est d'ailleurs le montant maximal des billets POP proposés par la SNCF.

La consultation des sites de co-voiturage ne permet pas de fixer directement un petit prix de référence pour chaque origine-destination. La fixation des prix est faite par chaque conducteur lorsqu'il fixe son offre. BlaBlaCar suggère toutefois à ses membres conducteurs un tarif kilométrique unique, et permet le choix d'un prix supérieur ou inférieur dans la limite de la fourchette de plus ou moins 50 % par rapport au prix proposé par la plateforme. De fait, les fourchettes des offres sont parfois assez larges.

Le site de KelBillet indique que, en moyenne, il faut compter :

- entre 5 et 15€ pour un trajet de courte distance (0-200 km)
- entre 15 et 30€ pour un trajet de moyenne distance (200-400 km)
- entre 30 et 70€ pour un trajet longue distance (>400 km).

Au final, la mission a interrogé le plus important co-voitureur français et raisonné à partir du prix moyen au kilomètre effectivement pratiqué ainsi recueilli, soit 7,1 c€/km et par voyageur (5,9 c€/km correspondant à la couverture partielle des coûts variables pour le conducteur + 1,2 c€ maxi de frais de plateforme).

Les raisonnements que nous venons de présenter conduisent, après application du correctif de 20 % évoqué ci-dessus, à un **petit prix ferroviaire maxi à 8,5 c€/km**, (coût de plateforme compris). **Pour rester dans des chiffres ronds assurant leur lisibilité commerciale, et compte tenu du plafond déjà évoqué ci-dessus, on retiendra des " petits prix " de 15, 20, 25, 30 euros et ainsi de suite jusqu'à 55 euros, correspondant à des tranches de distances parcourues**, avec une contraction des distances supérieures sous ce dernier seuil de 55€. Ainsi 20 euros seraient les petits prix des trajets supérieurs à 235 km (20€ = 235kmx 8,5c€/km) et jusqu'à 290km qui est le seuil pour 25 euros (25€= 295kmx8,5€/km) et ainsi de suite.

Une telle définition des " petits prix " conduit nécessairement à revoir les chiffres annoncés par la SNCF et rappelés en 3-1 ; c'est ce que nous allons maintenant tenter de réaliser.

3.3. Le décompte rigoureux des billets vendus en 2015 à " petits prix " est possible ; faute de la collaboration de l'entreprise pour l'effectuer, la mission n'a pu valider complètement ses résultats.

Il a paru à la mission pertinent de commencer par observer la situation de quelques dizaines de trajets significatifs. Cette démarche devait permettre de s'assurer du bon calage des principes retenus et de donner une première idée sur la réalité des " petits prix " annoncés par la SNCF : étaient-ils sur ces destinations notablement ou faiblement surévalués par rapport au décompte résultant d'une définition rigoureuse ?

La mission a donc demandé à la SNCF de lui fournir sur ces trajets les courbes de distribution des tarifs des billets vendus pour les Prem's et promos, les iDTGV et les OUIGO. L'entreprise n'a pas fourni ce décompte arguant de l'importance du travail demandé et des travaux en cours demandés par ailleurs pour la mise au point du contrat avec l'État.

La mission est donc dans l'impossibilité d'effectuer le calage de la méthode de décompte qu'elle aurait souhaité effectuer. Elle a néanmoins procédé à une approximation du nombre total des petits prix vendus en s'appuyant sur les informations qu'elle avait recueillies dans un questionnaire antérieur auprès de la SNCF. Le prix du co-voiturage + 20 % a d'abord été appliqué au trajet moyen de chaque catégorie tarifaire SNCF concernée par les " petits prix SNCF " (trajet moyen des TGV classiques pour les Prem's et promos, trajet moyen iDTGV et trajet moyen OUIGO). Le nombre des billets vendus au-dessous des trois prix ainsi obtenu a été décompté par simple lecture de chacune des courbes de distribution des prix des trois catégories de tarifs concernées.

Ce calcul approximatif mais qui fait sens conduit à considérer que **le nombre des billets vendus à " petit prix " sur l'ensemble des TGV n'est pas de 21,1 millions comme dénombré selon la méthode SNCF mais de l'ordre de 17 millions** soit près de 20% de moins (la SNCF majorerait donc le chiffre de 28 %) elle vendrait ainsi 18 % des billets à petit prix.

3.4. Redresser les chiffres du décompte ne devrait pas nécessairement conduire à demander d'en augmenter le volume.

3.4.1. Pourquoi la question de ce quantum est-elle si délicate ?

- L'attente des voyageurs en matière de petits prix est potentiellement infinie : à service annuel identique, pourquoi pas 100 % des billets ?

- Le droit évoque une " accessibilité raisonnable " mais sans la définir. Il n'y en a d'ailleurs probablement pas de définition indiscutable ou consensuelle. La notion est évidemment à la fois subjective et éminemment politique. Est-ce l'idée par exemple que tout Français doit être en mesure de s'offrir un aller-retour à petit prix sur la destination de son choix au moins une fois par an ? L'accessibilité raisonnable est-elle la même quelle que soit la date envisagée (un jour de départ en vacances comme un jour normal) ? La traduction dans les faits de ces visions pourrait conduire à des systèmes assez différents. D'autant que la traduction de ces visions peut également différer : soit elles sont traduites, dans une logique traditionnelle, dans la définition de tarifs spéciaux avec des contreparties de l'État, soit elles sont intégrées au contrat d'objectifs avec l'entreprise publique, soit encore elles font l'objet de cadrages de régulation tarifaire²⁵, cadrages dont la surveillance aurait sans doute avantage à être confiée à l'autorité de régulation indépendante²⁶. Définir une accessibilité raisonnable relève donc largement d'une vision politique qui doit trouver le bon équilibre entre le désirable et le possible.

²⁵ C'est un peu la logique du décret 2016-327 du 17 mars 2016, si son paramétrage avait été étudié pour lui donner une portée plus réelle.

²⁶ L'examen des questions tarifaires butte rapidement sur le secret des affaires, l'examen par l'autorité indépendante permettrait de garantir le respect rigoureux, attaché à son statut, de la confidentialité strictement circonscrite au périmètre du secret.

- L'attente des voyageurs en matière de tarifs vise le niveau des prix des billets plus globalement et pas seulement l'existence d'une offre de " petits prix ". La cherté des tarifs fait d'ailleurs régulièrement l'objet d'articles de presse, sans pour autant que le bon niveau des prix ni les moyens d'y parvenir ne soient généralement abordés.

Or l'équation économique très tendue du groupe ferroviaire public contraint fortement l'exercice. Le système ferroviaire est, une nouvelle fois depuis le milieu des années quatre-vingt-dix, confronté à des difficultés économiques et financières majeures. Son endettement très élevé continue de progresser de trois milliards par an alors même que le développement des lignes à grande vitesse a été ralenti, malgré des taux d'intérêt au plus bas.

L'équilibre commercial et financier prévisible pour l'activité TGV dans la prochaine décennie est si défavorable que les actifs ont dû être dépréciés par trois fois depuis 2011 passant de 5,9 à 1,6 Md€. Ces dépréciations comptables sont révélatrices d'un problème de fond. Elles découlent en effet du raisonnement suivant. Le matériel TGV est très spécifique. Si l'activité TGV en France se rétracte, en pratique, il ne peut pas être revendu (par exemple d'occasion à des pays tiers). La valeur du capital que représentent les rames TGV dépend donc directement des recettes que l'on espère obtenir en les utilisant en France ou à partir de la France. Si les recettes nettes attendues " plongent ", si elles deviennent inférieures à la valeur qui en était attendue lorsque ces rames ont été inscrites dans les comptes, la valeur des rames " plonge " de même et il faut constater leur dépréciation.

Bien entendu dans l'équation économique, il y a une combinaison de plusieurs facteurs : le coût auquel on produit le service, le prix auquel on le facture, et le trafic. Ces facteurs sont pour partie liés entre eux : le coût unitaire (le coût au passager) du service rendu dépend du taux d'utilisation du matériel et du réseau ; la recette obtenue dépend du trafic, mais ce dernier dépend aussi du prix demandé dans une relation " d'élasticité ".

Aujourd'hui, **le coût de production du service apparaît comme le facteur crucial (si ce n'est le principal) du niveau de cherté ou de modération des billets**. Bien entendu le coût de production du service ne doit pas être réduit au seul facteur du niveau des salaires ; il renvoie aussi très largement à l'organisation d'une bonne rotation des matériels²⁷, à l'efficacité de la maintenance et plus généralement à l'efficacité, à la souplesse et à la sobriété des organisations nationales et territoriales. La mission n'a pas pu se pencher avec suffisamment de sérieux sur les comparaisons internationales sur le coût des services, qui sont d'un maniement très délicat, pour en tirer des conclusions utiles²⁸. Elle tient cependant à souligner l'importance première du sujet des coûts de production du service, qui explique pour une part importante l'accroissement historique du prix des billets.

²⁷ Ainsi l'intérêt majeur du modèle développé par OUIGO est qu'il multiplie quasiment par deux le temps d'utilisation des rames TGV. Inversement l'utilisation des rames TGV sur des dessertes terminales de ligne classique renchérit significativement le coût de production du service de transport.

²⁸ Le vote par le Parlement européen du compromis issu du trilogue relatif au 4ème paquet ferroviaire rend désormais l'ouverture à la concurrence des TGV à peu près certain à échéance d'un petit nombre d'années. La nécessité de la maîtrise des coûts en est encore renforcée.

3.4.2. La mission observe qu'aujourd'hui la concurrence de nouveaux modes pousse naturellement l'entreprise à développer les petits prix ; elle ne préconise pas la fixation par l'État d'un quantum de petits prix.

Nous l'avons vu, les " petits prix " SNCF sont bâtis sur des bases imparfaites, les chiffres annoncés doivent être revus à la baisse. Mais il n'y a pas de raison de remettre en cause l'évolution qui est à l'œuvre et qui montre une **progression très sensible de leur nombre depuis 2012**.

En millions de voyageurs

	2011	2012	2013	2014	2015
Prem's et promos (2nde et 1ere classe) TGV France	11,6	10,4	11,4	12,4	14,4
Prem's et promos (2nde et 1ere classe) Intercités	ND	0,4	0,4	0,6	0,9
iDTGV (80 % des ventes)	3,7	3,4	3,0	3,3	3,6
OUIGO			1,6	3,3	3,7 ²⁹
Total TGV et OUIGO		13,8	16,0	19,0	21,1
Total général y. c. Intercités		14,2	16,4	19,6	22,0

(Source SNCF)

Le sens de l'évolution n'est pas contestable. L'introduction de petits prix sous diverses appellations dans la gamme des prix SNCF est assez ancienne. Mais elle a connu une forte accélération depuis le début de la décennie. La **progression des " petits prix " au sens SNCF vendus depuis 2012 est forte : +55 % en trois ans**. Entre 2015 et 2014, elle s'élève à 11 %³⁰. La mission n'a pas disposé des données permettant de recalculer l'augmentation en se limitant au dénombrement des petits prix telle qu'elle les définit, faute de pouvoir effectuer rétrospectivement ce dénombrement. Il y a néanmoins tout lieu de penser que l'évolution annoncée est bien réelle.

La progression des deux dernières années tient beaucoup à celle des trains OUIGO. La SNCF explique que ces trains ont permis de développer les petits prix tout en maintenant un niveau correct de recettes nettes grâce à des coûts de production

²⁹ Pour le premier semestre 2016, la SNCF annonce 2,4 millions de voyageurs pour OUIGO, (soit 4,8 millions en tendance annuelle).

³⁰ Soit moins que les 16 % annoncés à la ministre dans la demande d'homologation des tarifs 2016 adressée par l'entreprise, mais une progression tout de même.

inférieurs à ceux des autres TGV. En particulier la forte rotation du matériel TGV est un facteur important d'équilibre financier et donc une piste à creuser de façon privilégiée.

La mise en service de nouvelles liaisons OUIGO, qui doit ainsi être encouragée, ne peut néanmoins être chiffrée à ce jour³¹. Si elle constate le fort développement des petits prix sur les dernières années, la mission s'interroge donc sur la capacité de l'entreprise à poursuivre sur le même rythme pour les années à venir.

L'évolution des prix au cours des dernières années mérite des compléments d'analyse. On constate en effet une rupture au tournant de l'année 2011-2012.

Pendant des années, les relèvements tarifaires annuels ont été supérieurs à l'inflation générale (Cf. le tableau des hausses tarifaires par rapport à l'inflation joint en annexe 6³²). Ainsi de janvier 1999 à janvier 2008, l'augmentation des prix ferroviaires a été de 25 %, de 8 points supérieure à l'inflation générale. Dans ce contexte, le choix d'associer cette évolution globale à une exigence particulière sur les petits prix, telle que la défendait la SNCF, pouvait se justifier. Jusqu'à mi-2011³³ en effet, les hausses tarifaires consistantes se traduisaient par des recettes supplémentaires sans peser fortement sur la progression des trafics. L'élasticité relativement faible du trafic par rapport aux hausses laissait à l'entreprise un supplément de recettes ; dit autrement, même si une part de la clientèle renonçait à voyager, l'effet produit par ces défections était moins grand que l'effet produit par la hausse sur les autres billets vendus. Et l'introduction de " petits prix " permettait de mettre en avant une contrepartie aux hausses tarifaires générales demandées à l'État sans que ces petits prix ne pèsent réellement sur les recettes dans la mesure où ils étaient offerts en priorité sur les périodes creuses (hebdomadaires ou annuelles).

A partir de fin 2011, avec la conjoncture générale atone et surtout l'apparition du co-voiturage (puis depuis 2015 de l'autocar), la pression de la concurrence routière, restée limitée pendant des décennies, est devenue de plus en plus réelle³⁴. L'élasticité aux prix est ainsi devenue très sensible et la concurrence a aussi révélé des besoins nouveaux qui n'étaient pas couverts jusque-là.

Le graphique ci-dessous montre la montée de cette sensibilité au prix sur la période mi 2011-2013 à côté d'une sensibilité encore limitée au premier semestre 2011. On voit qu'à partir de cette date, on trouve une corrélation inverse entre la hausse des tarifs telle que mesurés par l'indicateur du " panier moyen " (qui rend compte du prix moyen des billets vendus le mois considéré) et le volume des trafics de voyageurs³⁵.

On notera au passage que le panier moyen à partir de fin 2013 évolue, dans ce graphique, sur une tendance négative ; en réalité, celle-ci affecte relativement peu les TGV comme nous le verrons plus loin.

³¹ La mission écarte donc le chiffre de + 3M de billets OUIGO mentionnés dans sa lettre de mission.

³² On notera par ailleurs qu'aucune hausse n'a été homologuée pour l'année 2017 ; pour 2016, la hausse homologuée qui était égale à l'inflation prévisionnelle n'a finalement pas été appliquée.

³³ Et en mettant à part les périodes conjoncturelles de crise, en particulier l'année 2008

³⁴ Jusque là, la concurrence routière était restreinte par la nécessité de disposer d'un véhicule (ce qui compte en particulier s'agissant des jeunes urbains). La concurrence aérienne pouvait être réelle, mais sur un nombre limité d'OD.

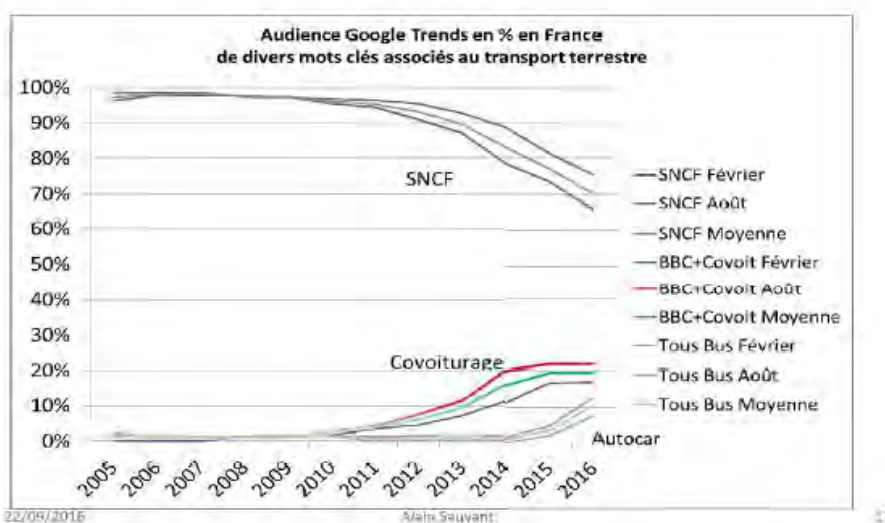
³⁵ Pour des raisons de secret commercial les dates et les chiffres complets ont été occultés et les graphiques 2014-2015 ne sont pas produits.



Source : Mission de contrôle économique et financier des transports

Un graphique des requêtes Google avec comme mots clés "ferroviaire", "co-voiturage", "cars" montre l'émergence soudaine de la concurrence des nouveaux modes de transports terrestres³⁶. Bien entendu l'évolution de ces audiences Google ne correspond pas mécaniquement à celle des parts de marché ; elle illustre néanmoins le changement de paysage des mobilités interurbaines terrestres. On relèvera que la baisse des requêtes sur le mot "SNCF" est **clairement antérieure à l'ouverture à la concurrence des transports par car**, apparue en 2015.

Audience « Google trends » en France en %



L'entreprise tente elle-même de remédier à cette difficulté d'attrait pour le ferroviaire en travaillant particulièrement sur le segment sensible au prix le plus bas³⁷, segment de clientèle où, de fait, la concurrence est d'abord apparue. Cette concurrence sur les petits prix fait peser une contrainte réelle sur ses recettes, dont l'effet est clairement avéré s'agissant des trains Intercités à réservation obligatoire, ces dernières années.

³⁶ En pratique, les mots clés utilisés ont été "SNCF", " BlaBlaCar et co-voiturage", "IdBus, Ouibus, Flixbus, Isilines, Eurolines, Starshipper, Megabus" et ont ensuite été regroupés en trois catégories.

³⁷ Une part significative des voyageurs OUIGO n'avait jamais pris le train à grande vitesse avant l'existence de cette offre.

Mais pour les TGV, on observe que **l'augmentation du volume des petits prix entre 2012 et 2015 ne s'est pas traduite par une baisse mécanique du panier moyen "loisirs"** : ce dernier est resté relativement stable sur la même période. C'est donc que l'entreprise a su trouver les moyens de **compenser** cet effet par d'autres gains tarifaires. On peut noter que jusqu'en 2015 les tarifs maximum homologués, sur lesquels est assis le reste de la gamme tarifaire, ont continué de subir des augmentations annuelles marquées (Cf. annexe 6) afin de préserver le niveau du panier moyen.

On observe aussi corrélativement sur la même période 2012-2015 **une baisse sensible du taux d'occupation des trains les plus "pleins" (qui sont ceux qui circulent dans les périodes les plus chargées, avec les tarifs les plus élevés)**. La question du remplissage des rames se pose désormais sur tous les créneaux (en dehors de l'hyper-pointe annuelle, du type grands départs en vacances ou grands week-ends). Ceci montre clairement les limites de la poursuite d'une politique conduisant à des niveaux de prix hors marché en situation concurrentielle nouvelle.

L'explication de la stabilité constatée de la recette moyenne par voyageur TGV Loisirs reste complexe; en effet l'entreprise peut agir sur différents leviers : en supprimant par exemple des circulations de trains relativement vides (sur lesquels la SNCF pratique probablement des prix plus faibles), elle peut améliorer son panier moyen³⁸.

L'entreprise dispose surtout d'une panoplie de leviers tarifaires. Ainsi, une hausse des prix ciblant la clientèle à capacité contributive moyenne ou élevée peut avoir un effet positif majeur sur le niveau du panier moyen; un *yield* centré sur une hausse des prix intermédiaires peut aussi jouer ce rôle (nous avons vu en effet que les "boîtes" du *yield* pouvaient être plus ou moins ouvertes et se refermer plus ou moins rapidement, de façon ciblée). L'entreprise peut jouer sur les spécificités contributives de certaines liaisons, de certains créneaux de départ, ou encore de publics visés par les cartes commerciales.

Enfin, le fait de monétariser des services comme l'échange ou le remboursement de billets, ou bien des évolutions apportées à la gamme Pro, sont susceptibles aussi d'augmenter le gain par voyageur, et de contribuer à cette politique du maintien de la recette moyenne en situation concurrentielle³⁹.

Le constat est à nuancer pour les trains Intercités, lesquels se trouvent en situation concurrentielle encore plus marquée avec le co-voiturage, et dorénavant les cars. Intercités a clairement fait le choix d'une politique de prix ajustés sur l'ensemble de la gamme et des segments de trafic. **Pour TGV, l'objectif de relance du chiffre d'affaires "par le trafic" (et non par la hausse du panier moyen), défini il y a peu, pourrait aller dans le même sens.**

Au final, les efforts faits par l'entreprise pour s'adapter au nouveau contexte désormais beaucoup plus concurrentiel paraissent réels. Aussi la nécessité d'intervenir pour la contraindre à réaliser un volume de "petits prix" déterminé n'est pas démontrée. Il paraît préférable de **lui laisser la responsabilité des moyens appropriés**. Il apparaît clairement en outre que l'attente de la clientèle SNCF n'est pas nécessairement centrée sur les seuls petits prix, et peut viser plus globalement une plus grande

³⁸ De façon générale, l'évolution de la structure du trafic, par exemple un allongement tendantiel du trajet moyen, peut avoir un impact sur l'évolution du niveau du panier moyen.

³⁹ Cette politique a aussi ses limites dans le cadre de la concurrence inter-modale : BlaBlaCar par exemple rembourse complètement le prix du trajet en dehors des frais de réservation jusqu'à 24 heures avant le départ et rembourse 50 % à moins de 24 heures du départ.

modération générale des tarifs : les " petits prix " ne reflètent qu'une partie du sujet de la cherté des trains et de la désaffection corrélative des voyageurs.

La mission préconise donc de **ne pas introduire de quotas obligatoires de petits prix**, afin de conserver à l'entreprise sa capacité de proposer aussi des prix modérés sur l'ensemble des trajets, quitte à le vérifier par un système de rendu-compte réel.

1. Ne pas imposer un quota de " petits prix " à la SNCF mais mettre leur dénombrement sous surveillance à l'occasion des bilans tarifaires annuels, selon les recommandations prévues ci-dessous.

3.5. Il faut inviter l'entreprise à rechercher des solutions pour certaines situations sensibles.

De nombreuses catégories de tarifs spécifiques ont été créées avec le temps. La mission a regardé plus particulièrement la situation de trois types de voyageurs, parce qu'elle avait été évoquée dans les entretiens avec les associations et parce qu'ils lui semblent représenter à eux trois une part importante des déplacements non professionnels. Il s'agit des familles, des jeunes et des voyageurs de week-end.

- **S'agissant des familles**, deux types de tarifs sont susceptibles de les intéresser : le tarif familles nombreuses, tarif social, demandé et réglementé par l'État, et les tarifs commerciaux développés par la SNCF en faveur des enfants.

S'agissant des tarifs commerciaux, des réductions générales sont applicables aux enfants de 4 à moins de 12 ans⁴⁰. Ces derniers bénéficient d'une réduction de 50 % sur le prix perçu pour un adulte⁴¹. Cette réduction ne s'applique pas aux Prem's et aux promotions (les enfants peuvent néanmoins voyager avec des billets Prem's si cela se révèle plus avantageux). Efficaces tant que les enfants sont en bas âge, ces réductions ne suffisent pas néanmoins à abaisser fortement le prix des billets dès lors que les enfants atteignent l'adolescence, ce qui est généralement le cas pour des familles nombreuses, les enfants payant le tarif adulte dès 12 ans. En outre, la variabilité des tarifs loisirs rend imprévisible la programmation du budget nécessaire au voyage. L'amplitude des tarifs cumulée sur plusieurs billets dans le cas des familles décourage probablement un grand nombre d'entre elles. La comparaison avec le coût de la voiture et sa prévisibilité tourne le plus souvent à l'avantage de cette dernière.

C'est pourquoi les associations sont très attachées au maintien du tarif social " famille nombreuse " qui pose, il est vrai, de plus en plus de problèmes d'application avec le développement des familles recomposées. Celui-ci permet l'assurance d'une réduction importante sur le tarif du moment. Avec la disparition de la distinction entre PTPN et PTPP pour l'homologation que nous avons évoquée au paragraphe 2-3, le tarif de tous les trains peut évoluer jusqu'au PTPP. Pour faire accepter cette évolution par les associations représentatives des familles, la SNCF s'est engagée à ce que 40 % au moins des billets familles nombreuses soient vendus au niveau du PTPN. Mais cet engagement porte-t-il sur l'offre ou sur la proportion de billets vendus ? S'il s'agit de l'offre, l'engagement est d'une portée limitée : 40 % des circulations de trains ont lieu

⁴⁰ Avant 4 ans les enfants voyagent gratuitement sans se faire attribuer une place assise ; ils peuvent bénéficier d'un siège réservé en acquittant le forfait Bambin d'un montant de 9€ quel que soit le train emprunté et la distance, (mai 2016).

⁴¹ Cette réduction ne s'applique pas au montant supplémentaire éventuellement perçu pour la réservation de place.

en semaine, les trains sont globalement moins pleins et ces circulations ont toujours concentré la majeure partie des trains à tarification PTPN.

- La SNCF fait aujourd'hui manifestement des efforts pour reconquérir **la clientèle des jeunes**. Ce segment du marché est particulièrement sensible aux sirènes des modes alternatifs, et notamment à leur prix et à leur souplesse, qu'il s'agisse du co-voiturage, de l'auto-partage ou des cars. La modération tarifaire fondée sur l'anticipation est peu adaptée au mode de vie de la jeunesse. C'est pourquoi la SNCF a modifié ses conditions de vente pour les porteurs de carte Jeunes. Depuis mai dernier, ils bénéficient, contrairement aux autres voyageurs, des " petits prix " des billets POP, même à la dernière minute s'ils ne se sont pas manifestés pendant la période d'appel à intérêt avant la mise en vente des billets POP. De nouvelles adaptations pourraient voir le jour, l'entreprise porte manifestement une attention particulière à ce segment de clientèle particulièrement sensible à la concurrence inter-modale.

- Reste un autre point de sensibilité tarifaire particulier : **l'accès à des " petits prix " dans le cas de déplacements pour le week-end** voire pour certaines périodes de vacances.

Il ne s'agit pas, bien entendu, de viser une généralisation ou une extension majeure des " petits prix " dans les déplacements de week-end. Il s'agit simplement de chercher des solutions pour rendre un tel accès possible, même relativement limité en proportion et à certaines conditions.

La mission est bien consciente de la distinction à faire entre situations des périodes de pointe normales et les périodes d'hyper-pointes annuelles. L'acquisition de matériels roulants ne peut être dimensionnée en fonction des hyper-pointes ; il est donc naturel qu'un ajustement par les prix régule l'excès de demande sur les horaires les plus demandés.

La baisse sensible du taux d'occupation des trains les plus " pleins " est un bon indice de l'existence d'une marge de manœuvre pour développer des prix modérés et des petits prix pour les pointes normales.

Il faut noter que la concurrence inter-modale (car et co-voiturage) est particulièrement présente sur les périodes les plus chargées ; la SNCF doit s'adapter à cette nouvelle donne. La mission engage donc la SNCF à mener une réflexion particulière sur les pointes hebdomadaires ordinaires (ou « normales », par opposition aux hyper-pointes)⁴². Un développement de petits prix sur ces périodes, selon des modalités à concevoir, améliorerait certainement aussi le ressenti négatif sur la cherté du TGV qui est largement alimenté par la situation des prix des week-ends.

La mission a évoqué avec la SNCF plusieurs pistes pour améliorer l'accessibilité tarifaire des trains de week-end, car elle souhaitait, avant la publication de son rapport, tester la faisabilité de différentes solutions avec l'entreprise. Celle-ci n'a pas souhaité poursuivre les échanges. Parmi les orientations possibles, les idées suivantes ont été évoquées.

- Une piste peut être, là où les dessertes sont nombreuses, de cibler des petits prix sur le train qui part le plus tôt le samedi matin ou arrive le plus tard le vendredi soir par exemple, c'est-à-dire sur ce qu'il est coutume d'appeler les " flancs de pointe ".

⁴² Au-delà des week-ends, la même problématique peut se poser pour les pointes mineures ou les flancs de pointe pendant les périodes de vacances.

La SNCF a travaillé cette question avec des TGV " 100 % Prem's " qui offrent donc des prix maximum moins élevés, positionnés en partie sur ce type de créneaux. L'idée serait de positionner plus de départs sur les week-ends, voire les vacances, en veillant à un équilibre dans les destinations proposées.

- Là où les dessertes sont moins nombreuses, une idée pourrait être de réserver un certain volume de billets à petits prix vendus avec une anticipation plus limitée qu'aujourd'hui.

- Une autre suggestion serait d'offrir aux détenteurs d'une carte d'accéder à un nombre limité de voyages à petits prix dont ils pourraient choisir la date. La mise en place récente par la SNCF d'un abonnement sur iDTGV relève d'une idée un peu analogue.

La mission n'a pas les moyens d'approfondir ces propositions sans la coopération de la SNCF. Comme elle l'a exprimé lors de ses rendez-vous avec les équipes SNCF, il ne lui paraît pas opportun de préconiser la mise en place à ce stade d'un quota de " petits prix " qui seraient dédiés aux week-ends.

Faute d'échanges plus approfondis, la mission préconise de **demander à SNCF Mobilités de se pencher sur une meilleure accessibilité des déplacements de week-end par la pratique d'un volume de petits prix permettant les déplacements dans ces créneaux.**

Elle estime qu'un focus spécifique sur cette question ainsi que celle du remplissage de tous les trains dans le compte-rendu annuel tarifaire est nécessaire pour permettre d'évaluer la réponse apportée par l'entreprise au problème posé. Il en sera question plus précisément au chapitre 4.

2. Inviter l'entreprise à rechercher des dispositifs permettant, sans compromettre les ressources de l'entreprise, de répondre aux situations sensibles et en particulier d'améliorer l'accès à des " petits prix " en week-end, probablement en travaillant sur les pointes " normales " ainsi que sur les offres proches du départ ou de dernière minute.

3. Renforcer le suivi du remplissage des trains et viser, par exemple, un remplissage des trains de week-end à un taux d'occupation globale élevé à fixer.

3.6. L'examen de ces situations sensibles conduit à s'interroger sur l'éventuelle nécessité d'évolutions plus fondamentales.

L'objet de la mission n'est pas d'évaluer la gamme tarifaire de la SNCF dans son ensemble. A l'occasion de l'examen des " petits prix ", elle a noté des observations qu'il lui semble néanmoins utile de faire figurer dans son rapport.

La présentation de la tarification au chapitre 1 a montré la complexité des gammes tarifaires proposées et les interrogations qu'elle soulevait dans le public. Elle a montré la spécificité de la pratique du *yield* à la SNCF par rapport au monde de l'aérien autour du dogme de la croissance continue des prix avec l'approche de la date de voyage.

On peut observer que l'entreprise, peut-être contrainte par ses lourds logiciels, fait évoluer ses produits et ses gammes tarifaires par des approches progressives et prudentes. L'évolution des " petits prix " s'inscrit tout-à-fait dans cette démarche. iDTGV a été un temps le facteur d'innovation avant que OUIGO prenne le relais et ainsi de suite ; l'annexe 7 retrace cette évolution. S'il permet des ajustements prudents et peut sans doute minimiser les risques de pertes de recettes par effets d'aubaines lors de l'ouverture de nouveaux tarifs, un tel processus favorise une certaine stratification tarifaire et on souhaiterait être certain que l'entreprise ne perd pas en éviction par complexité ce qu'elle gagne en évitement d'effet d'aubaine. Un parangonnage avec quelques pays voisins aiderait à mieux évaluer la situation à la SNCF et conduirait peut-être à envisager des évolutions plus massives ?

Au-delà de cette interrogation générale, il est frappant d'observer que les dernières novations introduites dans la tarification des trains à réservation obligatoire permettent, pour la plupart, de contourner les limites posées par le dogme d'un *yield management* toujours progressif⁴³ : souplesse laissée aux équipes, train par train, pour décider quelques semaines ou jours avant la date de départ d'aller ou non jusqu'au sommet des tarifs du *yield*⁴⁴, développement des " Happy hour " pour les Intercité à réservation obligatoire, système POP qui permet d'offrir des prix bas à la dernière minute⁴⁵...

Ceci, joint à l'observation d'une baisse sensible du taux d'occupation des trains les plus " pleins ", conduit la mission à inviter l'entreprise à s'interroger sur l'intérêt d'une remise en cause plus frontale du dogme du *yield* progressif dans le temps jusqu'au départ. Le parangonnage avec les pratiques des autres pays serait, à cet égard, certainement utile.

⁴³ On peut noter aussi que iDTGV et OUIGO, dès leur création, se sont affranchis du dogme du *yield* toujours progressif.

⁴⁴ Avant cette expérimentation, la règle était que tous les billets restant quelques jours avant le départ étaient mis en vente au tarif maximal.

⁴⁵ Le durcissement net des conditions d'échange et de remboursement instauré en 2016 limite les risques d'effets d'aubaine par échange de dernière minute de billets déjà achetés vers ces offres.

4. Pour un suivi rigoureux des " petits prix ", la mission propose l'adoption d'un format de compte rendu tarifaire annuel

4.1. La mission préconise de demander un compte rendu complet et rigoureux des " petits prix " pour 2015, à titre de calage initial des chiffres.

Si l'on souhaite un suivi plus rigoureux qui permette des analyses approfondies, une méthode de décompte annuel doit être mise en place.

Nous avons dit plus haut que nous proposons de retenir, conformément au ressenti du public, des chiffres ronds, pour les " petits prix ", allant de 15 à 55€ par pas de 5 € (avec un chiffre maximum de 55€, voir paragraphe 3).

L'application stricte du prix kilométrique moyen BlaBlaCar constaté, plus 20 % maximum, permet d'associer ces petits prix à des catégories de distances parcourues : ainsi 15€ serait un petit prix pour des origines-destinations (OD) d'une distance inférieure à 235 km, 20€ serait un petit prix pour des OD d'une distance comprise entre 235 et 295 km, 25€ un petit prix pour des OD d'une distance comprise entre 295 et 350 km et ainsi de suite. Les différentes OD pourraient donc être classées dans différentes catégories auxquelles correspondraient des niveaux de " petits prix ". Toutefois tous les trajets ne se valent pas en termes de services. L'élément le plus structurant de l'avantage comparatif étant la vitesse, les trajets dont moins de 35 % seraient sur LGV, seraient reclassés dans la catégorie immédiatement inférieure.

Même après ce correctif, le classement par catégorie en application du prix kilométrique moyen BlaBlaCar constaté plus 20 % s'écarte sensiblement de la structure des prix des trajets actuels SNCF. Nous avons vu en effet que les tarifs des trains à réservation obligatoire, TGV comme Intercités, étaient bâtis sur la commercialité propre de l'axe et s'écartaient sensiblement de la logique purement kilométrique.

Il paraît raisonnable d'en tenir compte. La perception du voyageur s'appuie probablement en effet principalement sur la comparaison avec les autres modes de transports terrestres disponibles mais aussi, dans une certaine mesure sur l'idée qu'il se fait du prix du train sur ce trajet. Nous proposons donc que la mise au point initiale du rattachement des différentes OD à telle ou telle catégorie fasse l'objet d'un calage initial avec la DGITM. Dans cet examen l'écart du tarif homologué par rapport au barème kilométrique pourrait donner un indice sérieux de justification au reclassement éventuel des OD dans les catégories de petits prix. Une fois ce calage effectué, le rattachement des OD aux différentes catégories de petits prix aurait vocation à demeurer fixe.

Une fois classées, les OD et leur rattachement aux différentes catégories de petits prix maxi, une extraction automatique des billets vendus, hors tarifs sociaux et spéciaux, en dessous du prix maxi de la catégorie serait mise en place et les résultats fournis par OD annuellement à la DGITM.

La mission est consciente qu'un tel décompte nécessite un travail supplémentaire de la part de la SNCF Mobilités qui ne sera utile que s'il est dûment exploité dans les relations entre l'entreprise et la DGITM.

Aussi la mission recommande-t-elle de réaliser l'exercice complet sur l'année 2015, afin de le mener à titre de référence et de l'actualiser régulièrement tous les trois ans par exemple.

4. *Procéder au calage rigoureux du dénombrement des petits prix de l'année 2015, selon la méthode préconisée par la mission et le mettre à jour régulièrement.*

4.2. La mission préconise un format précis de compte rendu tarifaire annuel pour les " petits prix " .

En sus du calage initial des chiffres à réaliser pour 2015, la mission préconise que le format du compte rendu tarifaire remis chaque année par la SNCF comporte deux parties pour le suivi des " petits prix " : d'une part un suivi réalisé dans une approche globale, d'autre part un suivi plus complet pour 55 origines-destinations, comme précisé ci-dessous.

4.2.1. Une approche globale des " petits prix " peut donner une appréciation générale.

Comme cela a été vu plus haut, les courbes de distribution des prix des billets vendus dans chaque catégorie de statut commercial de la gamme tarifaire permettent d'obtenir une approximation raisonnable du nombre des billets vendus à " petits prix ". La comparaison des chiffres ainsi calculés avec le dénombrement précis réalisé pour 2015 selon les préconisations du paragraphe précédent doit permettre de le valider. Une fois cette validation réalisée, l'idée serait que le compte rendu annuel tarifaire inclue systématiquement les éléments nécessaires à ce calcul global. Seraient ainsi fournies tous les ans la courbe de distribution des prix des billets Prem's et promos TGV, la courbe de distribution des prix des billets iDTGV, la courbe de distribution des prix des billets POP et la courbe de distribution des prix des billets OUIGO. En raison du secret des affaires, les **chiffres de distribution des prix seraient tenus secrets par les services récipiendaires du ministère**. Les distances moyennes des trajets correspondant à chaque catégorie seraient également fournies et la SNCF donnerait le résultat du calcul du nombre des petits prix réalisé selon la méthode de calcul exposée au 3-3. Le ministère serait ainsi en mesure de contrôler globalement les volumes de billets vendus à " petits prix " .

L'ensemble de ces données pour les périodes de pointe normale serait également fourni pour permettre un suivi particulier de cette situation spécifique, étant entendu qu'un travail préalable avec la DGITM est nécessaire pour définir plus précisément les périodes de pointe à surveiller.

5. *Prévoir dans le bilan tarifaire le rendu des éléments suivants : -1- la courbe de distribution respectivement des prix Prem's et Promos, des iDTGV, des OUIGO, des POP et fournir simultanément -2- les distances moyennes respectivement des trajets TGV classiques, iDTGV, OUIGO et POP -3- le calcul des petits prix selon la méthode globale proposée par la mission.*

6. *Prévoir dans le bilan tarifaire un rendu spécifique des mêmes éléments que ceux prévus dans la recommandation 4, mais focalisés sur les seules périodes de pointes "normales "*

4.2.2. Cette approche globale doit être complétée par une approche plus rigoureuse pour 55 origines-destinations.

L'examen d'une sélection de 55 OD compléterait l'approche globale et permettrait d'arriver à un panorama suffisamment précis et complet de la situation des " petits prix ".

50 origines-destinations seraient choisies une fois pour toutes et feraient l'objet d'un suivi à chaque compte-rendu tarifaire annuel. Parmi elles, 35 seraient les OD les plus chargées et 15, des OD représentatives d'autres problématiques (le cas des trajets province-province notamment). Par ailleurs 5 OD supplémentaires seraient choisies chaque année aléatoirement par la DGITM pour faire également l'objet d'un décompte précis de petits prix.

Il serait ensuite procédé chaque année, pour ces 55 OD, à l'extraction directe du décompte des billets vendus au-dessous du petit prix maximum défini pour l'OD concernée, selon la méthode vue au 4-1. En pratique, il est proposé de réaliser plusieurs extractions pour chacune de ces OD. En premier lieu serait fourni le décompte du total des billets à petits prix vendus sur l'OD concernée. Ce décompte serait complété en distinguant les jours de semaine et les jours de week-end et en distinguant les billets vendus à " petits prix " au plus tôt 10 jours avant le départ, ce qui donnerait une indication complémentaire utile.

7. *Dénombrer chaque année, lors de la production du bilan tarifaire annuel, pour 55 OD, dont 50 permanentes et 5 désignées aléatoirement pour l'année par la DGITM, les billets vendus " à petits prix " dans l'acceptation fixée par la mission et préciser les billets vendus sur les périodes de pointe normale ainsi que 10 jours avant le départ jusqu'au jour du départ. Donner dans chaque cas la proportion de billets vendus à " petits prix " par rapport au nombre total des billets vendus.*

4.3. Un tel travail peut être réalisé dans un cadre conventionnel ou réglementaire, la mission privilégiant le cadre conventionnel pour ce qui est des " petits prix ".

Nous avons vu que le cadre réglementaire de la régulation tarifaire était de faible portée. La façon la plus évidente de faire évoluer ce fait serait de modifier les valeurs des pourcentages prévus dans les textes réglementaires existants. **Une telle réforme pourrait se justifier dans le cadre d'une réflexion plus vaste sur la régulation qui s'imposera dans le contexte de l'ouverture à la concurrence désormais prévisible suite à l'adoption du 4ème paquet ferroviaire européen.** En effet, la question des " petits prix " ne solde pas les griefs des voyageurs à l'endroit des tarifs SNCF. Ceux-ci sont plus globalement préoccupés par le niveau global des prix ferroviaires ; ce qui renvoie largement à la maîtrise des coûts de production des services.

La mission est convaincue qu'un travail pour préparer ce que devrait être la régulation est nécessaire dans le contexte d'une ouverture à la concurrence désormais prévisible suite à l'adoption par le Parlement du compromis relatif au 4ème paquet ferroviaire européen issu du Trilogue. Dans ce cadre la question d'une évolution réglementaire se posera donc de façon opportune.

Elle observe en particulier que le décret 2016-327 du 17 mars 2016 déjà cité plus haut précise que la politique tarifaire menée par SNCF Mobilités " favorise la réalisation des objectifs définis par l'État pour obtenir la meilleure utilisation des transports intérieurs français au plan économique et social ". Ce même texte prévoit également que " SNCF Mobilités mène une politique tarifaire visant à développer l'usage du train ". **Remplir les trains le plus possible, (en maintenant, bien entendu, l'objectif d'amélioration de la recette globale) apparaît dans cette optique un des critères majeurs de l'évaluation de la pertinence de la politique tarifaire et pourrait faire l'objet d'un suivi appuyé. Ce point est d'ailleurs essentiel pour accompagner le développement de la mobilité bas-carbone.**

Cette question apparaît comme un bon exemple des thèmes dont le suivi par l'État ou par le régulateur pourrait utilement être préparé.

Pour ce qui est des " petits prix ", la mission préconise donc en priorité de procéder par un pré-formatage du bilan ex post demandé à l'occasion du bilan tarifaire selon les propositions présentées aux paragraphes 4-1 et 4-2 ci-dessus dans un cadre conventionnel (Cf. recommandations 3 à 7).

8. Réfléchir aux conditions d'une bonne régulation tarifaire dans le cadre d'une ouverture à la concurrence du transport ferroviaire intérieur, afin d'éclairer les avantages et inconvénients des options qui seront alors possibles et de préparer les mesures législatives et réglementaires qui seront alors nécessaires.

Conclusion

Confrontée à une demande d'homologation de hausse tarifaire générale par SNCF Mobilités, la ministre avait souhaité que soit évaluée la réalité de la situation des " petits prix " pratiqués par SNCF Mobilités et présentés par cette dernière en contrepartie de cette hausse comme le moyen de maintenir un réel accès du plus grand nombre au train.

La mission a fait le constat d'une définition un peu large de la notion de " petits prix " par l'entreprise. Celle-ci est en effet conçue comme un élément de la politique commerciale de l'entreprise ; elle peut parfois inclure des niveaux de prix trop élevés pour être réellement perçus comme petits, même s'ils sont inférieurs aux autres prix du moment pratiqués par la SNCF dans ses gammes Loisirs ou Pro.

La mission a donc proposé une méthode pour fixer la notion de petit prix sur des bases plus objectives, en s'inspirant des prix pratiqués pour le co-voiturage mais en prenant aussi en compte les éléments de confort supplémentaires généralement reconnus au train par rapport au co-voiturage.

Cette définition plus objective conduit à corriger le niveau annoncé du volume des petits prix mais elle ne remet pas en cause la dynamique des " petits prix " au cours des dernières années sur laquelle l'entreprise insiste à bon droit.

Les difficultés que le pays a traversées au cours des dernières années, sur le plan économique et en raison des attentats terroristes, pèsent évidemment sur l'activité ferroviaire et sur le " consentement à payer " des voyageurs. Mais un phénomène nouveau a certainement conduit l'entreprise à adapter sa tarification plus nettement qu'elle ne l'aurait fait il y a quelques années : l'émergence de la concurrence des nouveaux modes de mobilité, au premier rang desquels le co-voiturage, et plus récemment les autocars. Les résultats en matière de panier moyen demandé au voyageur auxquels la mission a eu accès, et qu'elle ne peut publier intégralement en raison du secret des affaires, conduisent cette dernière à recommander de ne pas demander à l'entreprise un volume supérieur de " petits prix " par rapport au chiffre redressé constaté, charge pour celle-ci, face à une concurrence désormais réelle, de prendre ses responsabilités et d'ajuster elle-même au mieux ses tarifs.

Une telle position n'exclut pas l'intérêt de mettre les chiffres sous surveillance pour vérifier la réalité des évolutions. La mission a donc proposé une méthode fiable de suivi qu'elle recommande de mettre en œuvre.

La mission a également observé que certaines situations (la tarification à " petits prix " des déplacements de week-ends, ou les déplacements des familles) posaient des questions spécifiques sur lesquelles elle invite l'entreprise à rechercher les voies d'une amélioration de son offre.

Enfin, la mission a constaté que le système tarifaire aujourd'hui en vigueur tenait beaucoup à l'idée de préparer l'entreprise à l'ouverture à la concurrence du secteur ferroviaire qui était l'objectif explicite des directives européennes. Constatant que ces perspectives se précisent désormais, la mission préconise de lancer dès à présent les réflexions sur ce que devrait être la régulation tarifaire dans un secteur ferroviaire ouvert à la concurrence.

Marie-Anne BACOT



Inspectrice générale de
l'administration du
développement durable

Mireille VIORA



Administratrice civile hors
classe

Annexes

1. Lettre de mission



*La ministre de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer,
en charge des Relations internationales sur le climat*

La ministre

Paris, le 29 mars 2016

Note

à

Madame Anne-Marie LEVRAUT
Vice-présidente du Conseil général de
l'environnement et du développement
durable

Objet : lettre de mission sur les « petits prix » proposés par SNCF
Mobilités à ses clients

Les voyageurs sont très sensibles au prix dans le choix de leur mode de transport. Par ailleurs, le Gouvernement est attaché à une évolution maîtrisée des tarifs et à conserver une gamme de prix qui permet de pérenniser le modèle français d'une offre ferroviaire accessible au plus grand nombre. Enfin, parce que les TGV et les trains Intercités à réservation obligatoire ont recours à un mode de traction électrique, le transport ferroviaire émet peu de CO₂ et est un mode de transport propre, dont l'usage doit être encouragé.

Pour développer l'usage du train, SNCF Mobilités s'est lancée avec le soutien des pouvoirs publics dans une politique commerciale offensive : cette politique vise à permettre à de nombreux voyageurs de bénéficier de tarifs réduits, et s'appuie sur des offres promotionnelles (gamme *Prem's*, offre *Ouigo*...), sur la pratique du *yield management* (qui consiste à faire varier le prix du billet en fonction du remplissage des trains et du degré d'anticipation des voyageurs) et sur la commercialisation de diverses cartes de réduction.

Pour autant, les prix des billets de trains sont régulièrement jugés élevés par les usagers. Le transport ferroviaire est de manière récurrente perçu comme coûteux et réservé aux personnes les plus aisées. Le décalage entre les annonces de l'entreprise en matière de développement d'une politique commerciale de « petits prix » et le ressenti des usagers doit nous interpeler.



L'Etat ne peut se désintéresser de la manière dont l'entreprise met en œuvre sa gamme tarifaire. Ainsi, alors que SNCF Mobilités s'est engagée, au titre de sa prochaine majoration tarifaire à augmenter sensiblement le nombre de billets à petits prix vendus aux voyageurs, je suis soucieuse de m'assurer que cette évolution sera effectivement bénéfique au plus grand nombre. Dans le détail, la prochaine majoration tarifaire portant sur le plein tarif des services TGV et Intercités à réservation obligatoire, qui s'établira à + 1 % au même niveau que la prévision de l'inflation et entrera en vigueur début juillet, doit se traduire en contrepartie par une augmentation conséquente s'élevant sur l'année 2016 à quatre millions du nombre de billets « à petits prix » proposés aux voyageurs (un million pour ce qui concerne la gamme *Prem's* et trois millions pour l'offre *Ouigo*).

Jusqu'à présent, les discussions entre la direction générale des infrastructures, des transports et de la mer (DGITM) et SNCF Mobilités ont conduit l'entreprise à désigner comme « petits prix » l'ensemble de la gamme *Prem's* pour les TGV et les trains Intercités à réservation obligatoire, l'offre *Ouigo* et, dans certains cas, 80 % de l'offre *IdTGV*. Toutefois, ces différentes gammes ou offres proposent des tarifs dans des fourchettes larges pouvant aller de 10 € à 85 €. Dans ces conditions, ces prix ne paraissent pas pouvoir être assimilés par tous les voyageurs à des prix réduits, ce qui me conduit à m'interroger sur la définition la plus adaptée du périmètre des « petits prix » et sur le niveau effectif de « petits prix » vendus par SNCF Mobilités sur ce périmètre.

Dans ce contexte, je souhaite confier au Conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD) une mission qui doit permettre d'objectiver ce qu'est un « petit prix » et d'apprécier l'effort fait en la matière par l'entreprise. Une fois une définition objective arrêtée, il me serait utile que la mission propose une démarche qui pourrait être mise en œuvre à chaque fois que l'Etat voudra contrôler avec certitude le nombre de « petits prix » réellement achetés par les clients. A cet effet, la mission précisera la méthode à laquelle l'Etat pourra avoir recours dès la fin de l'année, afin de vérifier la réalité des engagements que SNCF Mobilités a pris en matière de « petits prix » pour l'année 2016 en contrepartie de la hausse de 1 % de ses prix plein tarif.

Dans la conduite de ces travaux, je veillerai à ce que SNCF Mobilités vous assure son plein concours.

Je souhaite que votre rapport puisse m'être remis dans un délai de quatre mois.



Ségolène ROYAL



MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, DE L'ÉNERGIE ET DE LA MER

Conseil général de l'environnement
et du développement durable

Paris, le 13 MAI 2016

La vice-présidente

Note à l'attention de

Madame Marie-Anne Bacot
Inspectrice générale de l'administration
du développement durable

Madame Mireille Viora
Administratrice civile hors classe

Référence CGEDD n° 010630-01

Par lettre du 29 mars 2016, la ministre de l'environnement, de l'énergie et de la mer, chargée des relations internationales sur le climat a demandé au Conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD) de diligenter une mission sur les engagements « petits prix » de SNCF Mobilités.

Je vous confie cette mission dont le superviseur est le président de la section « Mobilités et transports ». Sa coordination sera assurée par Mme Marie-Anne Bacot. Un comité des pairs composé de MM. Denis Huneau, Michel Massoni et Alain Sauvant est constitué pour cette mission. Elle est enregistrée sous le n° 010630-01 dans le système de gestion des affaires du CGEDD.

J'attire votre attention sur le souhait de la ministre de disposer du rapport final pour le 29 juillet 2016 au plus tard.

Conformément à la procédure en vigueur, je vous demande de me l'adresser afin que je puisse le lui transmettre.

Pour la vice-présidente
du Conseil général de l'environnement
et du développement durable,

Emmanuel REBEIL-LÉ-BORGELLA

Copies :

- M. le président et Mme la secrétaire générale de la section « Mobilités et transports »
- M. le président et Mme la secrétaire générale de la section « Habitat, cohésion sociale et développement territorial »
- MM. les membres du comité des pairs



CGEDD - Tour Séquoia - 92055 La Défense cedex - tél +33 (0)1 40 81 21 22 - www.cgedd.developpement-durable.gouv.fr

2. Illustration de la tarification liée au marché

Dans les exemples qui suivent, les origines-destinations sont classées par ordre croissant de « distance ferroviaire » : c'est, par convention, la distance entre deux gares de ville-origine et de ville-destination qui est parcourue en utilisant la ligne de chemin de fer classique ; cette « distance ferroviaire » conventionnelle a été conservée pour l'expression de la distance entre deux OD y compris après le passage à la grande vitesse.

En termes de temps de parcours, la proportion du trajet qui est effectuée ou non sur tronçon de ligne à grande vitesse (avec une vitesse commerciale quasi doublée) explique des durées totales très différenciées à distance analogue. La tarification TGV valorise cette contraction du temps. Aussi, une des logiques présente dans ce tableau est que, plus la part du trajet effectuée sur ligne à grande vitesse plutôt que sur ligne classique est élevée, plus le billet est cher (ex. Paris Strasbourg plus cher que Paris La Rochelle). Ainsi, **le facteur de différenciation le plus important est celui du temps de parcours.**

Par ailleurs, le mode ferroviaire s'appuie sur une dégressivité des prix avec la distance qui se lit bien au global, puisque le prix au kilomètre est jusqu'à 2,5 fois plus élevé entre les OD les plus courtes et les OD les plus longues.

Aussi les distances les plus courtes sont-elles généralement plus chères proportionnellement que les longues distance : la dégressivité traditionnelle de la tarification ferroviaire est encore accentuée par le TGV, puisque les dessertes situées à environ 300km de Paris sont celles qui bénéficient proportionnellement le plus de la grande vitesse. Les trains des lignes vers la Bretagne, l'Atlantique, les Alpes, la Côte d'Azur, par exemple, circulent ensuite sur ligne classique. Certains voyages s'effectuent exclusivement sur ligne à grande vitesse ; d'autres se trouvent très majoritairement à vitesse commerciale classique (ex. Quimper ou Bordeaux) et bénéficient de ce fait, de tarifs de référence décotés.

Inversement, le caractère récent de l'ouverture de la ligne LGV peut expliquer pour une part des tarifs élevés (Nancy, Strasbourg, Mulhouse) y compris pour certains trajets dits « intersecteurs » (entre deux capitales régionales) où la référence reste le tarif aérien.

Certaines dessertes de début de ligne qui ont un intérêt commercial secondaire et allongent par ailleurs le temps de parcours des parties suivantes très contributives, peuvent faire l'objet d'une tarification relativement dissuasive (Vendôme, Le Creusot...).

Le système tarifaire est également marqué par une logique de « marchés d'axe » qui s'éloigne de la relation distance - temps de parcours. En effet l'avantage tiré de la grande vitesse n'est pas unifié. Il est construit sur **la capacité contributive de chaque axe**. On voit ainsi que la tarification de certains axes vers la Lorraine ou le nord de la France ressort moins élevée, relativement, sans que cela s'explique par le temps de parcours.

Cette logique de différenciation tarifaire de marché fonctionne aussi à la hausse, à l'échelle de la destination, s'agissant des destinations loisirs les plus prisées au départ du vaste marché parisien (la région Ile de France en effet représente un marché disposant du potentiel de déplacement à motif de loisir le plus élevé de toute l'Europe continentale). Dans ce cas la desserte TGV est perçue comme d'échelle nationale et non d'intérêt local, ce qui explique des dessertes terminales fines par liaisons directes TGV : stations alpines, stations balnéaires bretonnes ou atlantiques (de type Paris vers Saint Malo, Le Croisic, Biarritz), ou de la Côte d'Azur (St Raphael).

On notera que la sélection d'OD présentée ci-dessus se situe dans la zone de pertinence du TGV, entre 250 et 900km, qui explique le succès du modèle français de la grande vitesse ferroviaire. En deçà de 250km, l'avantage comparatif du train par rapport à la voiture (ou à d'autres modes collectifs de transport permettant une desserte plus fine) ne peut s'exprimer. L'apport de la grande vitesse n'est pas décisif par rapport aux temps d'approches et de dessertes à partir des gares, et la rigidité d'usage (réservation obligatoire, horaires fixes, déplacements vers des gares TGV...) est au désavantage du train. Au delà de 900km, la part de marché du transport aérien redevient prépondérante ; la grande vitesse ferroviaire ne permet pas de compenser en temps ; ceci est encore plus vrai là où la proportion de ligne à grande vitesse devient très faible en proportion du parcours.

ANNEXE

plein tarif TGV homologué – illustration de la tarification liée au marché

Année 2018	Distance ferroviaire SNCF (découlant du TRR homologué) (km)	Temps de parcours	Plein tarif homologué (€)	Plein tarif homologué/dist ance ferroviaire SNCF
Paris-Champagne	172	0h45	44	0,26
Paris-Vendôme	179	0h43	55	0,31
Paris-Arras	200	0h53	50	0,25
Paris-Le Mans	211	0h54	60	0,28
Paris-Tours	235	1h00	65	0,28
Paris-Lille	258	1h07	63	0,24
Paris-Valenciennes	260	1h42	57	0,22
Paris-Angers	308	1h33	73	0,24
Paris-Dijon	315	1h41	67	0,21
Lyon-Montpellier	330	1h51	65	0,20
Paris-Poitiers	333	1h37	75	0,23
Paris-Dunkerque	344	1h37	66	0,19
Lyon-Marseille	351	1h43	67	0,19
Paris-Nancy	352	1h30	77	0,22
Paris-Rennes	374	2h09	80	0,21
Paris-Le Creusot	381	1h20	82	0,22
Paris-Nantes	397	2h08	85	0,21
Paris-Besançon	406	2h37	83	0,20
Paris-Forbach	429	1h39	74	0,17
Paris-Angoulême	445	2h19	87	0,20
Paris-St Malo	456	2h57	90	0,20
Strasbourg-Lyon	470	3h33	87	0,19
Paris-Bourg-en-Bresse	477	1h51	84	0,18
Paris-La Rochelle	479	3h00	89	0,19
Paris-Strasbourg	497	1h48	107	0,22
Paris-Mulhouse	512	2h40	114	0,22
Paris-Lyon	513	1h58	97	0,19
Lyon-Toulouse	577	4h08	86	0,15
Paris-Bordeaux	583	3h10	96	0,16
Paris-Chambéry	597	2h53	103	0,17
Paris-Valence TGV	618	2h12	107	0,17
Paris-Quimper	623	4h22	102	0,16
Paris-Annecy	623	3h43	104	0,17
Paris-Brest	623	4h24	96	0,16
Paris-Grenoble	642	2h59	108	0,17
Paris-Bourg-Saint-Maurice	743	4h53	118	0,16
Strasbourg-Lille	762	2h51	132	0,17
Lyon-Rennes	777	4h16	108	0,14
Paris-Bayonne	781	5h06	112	0,14
Paris-Nîmes	792	2h51	114	0,14
Lyon-Lille	795	3h03	116	0,15
Paris-Toulouse (via Agen)	838	5h13	109	0,13
Paris-Montpellier	841	3h32	114	0,14
Paris-Marseille	864	3h09	116	0,13
Paris-Tarbes	874	6h20	118	0,14
Paris-Toulon	931	3h56	121	0,13
Paris-Narbonne	939	4h25	116	0,12
Paris-Perpignan	1001	5h01	124	0,12
Paris-Nice	1088	5h36	132	0,12
Strasbourg-Bordeaux	1084	6h19	165	0,15

3. Les principales promotions

I° Les « PREM'S »

Cette gamme tarifaire à prix ronds démarrant par un « prix d'appel » bas (25€ à la création, 15€ aujourd'hui) a été créée en mars 2003. Elle est basée sur le principe que plus on achète tôt, moins c'est cher. Initialement offerts à date fixe (par rapport à la date de départ du train : J-60, J-30, J-15 etc.), les billets « Prem's » fonctionnent dans la réalité sur le principe de contingents successifs, de 90 jours jusqu'à 14 jours avant le départ.

Ce sont des billets non échangeables et non remboursables : cette limitation de service est la contrepartie d'un prix réduit par rapport à une gamme Loisirs qui propose en parallèle des billets plus chers mais dont l'échange ou le remboursement est possible jusqu'à une certaine date. La logique de la gamme Prem's est donc totalement compatible avec la politique d'augmentation des prix Loisirs dans le temps. Depuis le 1^{er} mai 2016, les possesseurs de cartes commerciales disposent de Prem's à prix réduit. Le dispositif existe aussi sur les trains Intercités (y compris de nuit).

De 2009 à 2014, + 4,6M de billets supplémentaires ont été injectés. Les « Prem's » ne sont présents que sur les trains à vocation de « loisir », et leur volume est défini de façon contrastée selon que le remplissage du train est présumé bon ou moins bon : de fait, certains trains proposent pas ou très peu de « Prem's », et les niveaux de prix atteints sont relativement élevés à quelques jours du départ.

Depuis début 2016, afin de limiter la montée finale des prix sur les trains creux, le tarif Prem's peut, dans quelques cas relevant de l'expérimentation, être proposé jusqu'au jour du départ. L'offre « *I love TGV* » est centrée sur les trains typés loisirs de la semaine et du WE, afin de contrer le covoiturage et le bus.

A partir de 2014, des trains **TGV et Intercités « 100 % PREMS »** n'offrant que ce type de billets sont devenus une offre à part entière. Il s'agit de trains offrant un départ en décalé (dernier TGV du vendredi ou du dimanche soir) ; à partir de juin 2015, l'offre s'est élargie en semaine et à l'occasion de vacances scolaires.

II° Les autres promotions

En plus de son offre « Prem's » classique, TGV **anime ses marchés** par des mécanismes promotionnels qui offrent des petits prix :

- à **certaines périodes de l'année** (en fonction d'une saisonnalité plus ou moins perméable aux annonces en matière de petits prix, par exemple, traditionnellement le mois de janvier). Ceci au contraire de iDTGV et OUIGO (qui ne reposent que sur le *yield* ascendant et descendant) ;
- ou de manière plus **tactique** et ciblée, pour accentuer le remplissage de ses trains creux.

Eventuellement, ces offres se retrouvent prolongées, ou reprises l'année suivante pour la même période, voire pérennisées ; les expérimentations concluantes conduisent à des extensions ou des généralisations. Le caractère expérimental de ces offres promotionnelles permet de ne pas déroger aux principes que SNCF a construits dans le temps, notamment la discipline de l'achat anticipé ; il permet aussi de revenir éventuellement en arrière.

Au final, il existe une accumulation d'offres, chacune ayant son positionnement et sa logique de fonctionnement ; la multiplicité s'explique donc par un affinement au cours du temps.

Les prix promotionnels apparaissent clairement sur les pages de voyages-sncf.com (qui représente le canal de vente d'une moitié du total des billets environ).

Par principe, ces offres proposent des billets non échangeables non remboursables (et sont donc assimilables à des « Prem's »).

Elles ont tendance à se substituer progressivement à l'offre Prem's : ainsi le nombre de billets Prem's vendus est en baisse pour la première fois entre 2014 et 2015, les diverses promo ayant plus que compensé cette baisse.

1) Les différents types d'Offres spéciales :

1 - Des promos ponctuelles sur une période donnée : un prix d'appel bas, correspondant à un prix Prem's intermédiaire, souvent évolutif (en fonction de l'opération), par exemple :

- « **Vente flash** » : opération massive déclenchée sur un événement (durée de quelques jours),

- « **Crazy Hours** » : opération de déstockage avec un seul prix, déclenchée pendant quelques heures (par exemple, sur les trains ciblés Euro de football en juin 2015).

2 – Des promos ciblées sur des jours particuliers :

- par exemple, les « **Loisirs du jour** » pour Intercités,

- « **Les samedis de TGV** » (juin 2013) pour des OD de moins de 2h, avec l'aller-retour dans la journée (prix d'appel identique à celui des Prem's).

3 – Des promos segmentantes : « **Duo** » (1 voyage, 1 gratuit pour accompagnant), également sur Intercités, ou bien : « La 1ère classe au prix de la seconde ». Le « **pack tribu** » (1 gratuit pour 3 payés). Ou une promo Enfant (5€ par enfant sur une semaine d'août) pour Intercités.

4 – Des promos plus tactiques ou ciblant éventuellement une partie de la clientèle (par exemple, un coupon unitaire « client unique »).

5 – Des promos « cartes » : destinées aux clients des cartes commerciales (par exemple, les ODM) :

2) Les Offres de dernières minutes (ODM) :

Il s'agit d'une offre créée en 2015, destinée aux porteurs de cartes, et ciblant des trains à un taux de remplissage inférieur à celui attendu. Le niveau de prix est calé légèrement au-dessus de celui des offres spéciales ; et l'offre est définie entre 10 et 3 jours avant le départ. Elle est proposée également sur Intercités. Pour Intercités, l'offre pour les porteurs de cartes est positionnée pour être plus intéressante en prix que celle destinée tous publics, les « *Happy Hour* » (Cf. ci-dessous).

3) Les « POP »

Initialement lancés le 14 juin 2015, puis relancés le 27 juin 2016, c'est une offre TGV avec esprit « collaboratif », un « vote » étant requis pour faire partir les trains (2015) ou pour ouvrir l'offre (2016) : vote à J-15, réservation à J-3, proposé à J-1 sur le site une fois que le contingent

POP est confirmé. 700 000 billets proposés en 2016, sur un principe de voyage en dernière minute. 100 destinations, essentiellement le Sud-Est et l'Atlantique. 10 à 50€, un seul prix par OD (le prix est légèrement en-dessous de celui des ODM).

Il s'agit d'optimiser le remplissage des trains en dernière minute de façon tactique. La proposition est faite sur les trains creux (moins de 65 % de remplissage), plus quelques trains « stratégiques » du point de vue de la concurrence avec le covoiturage.

4) Deux expérimentations spécifiques INTERCITES réussies et poursuivies :

1 - « **Happy Hour** » : lancée en 2015 sur les trains à réservation obligatoire (et SRO lorsque le passager a une réservation) identifiés comme insuffisamment pleins ; jusqu'à 2 jours avant le départ ; tous publics, promesse : 50 % de réduction (55 % avec une carte). Taux d'induction⁴⁶ considéré comme intéressant par la SNCF.

Projet 2016 de les faire évoluer en sortant d'une logique de réduction par rapport au plein tarif et en la remplaçant par une logique de prix calculé en fonction de l'état du « marché » des autres modes avec un objectif de positionnement légèrement inférieur.

2 - Intercité « **100 % ECO** » : 1 aller, 1 retour, circule sur pointes hebdomadaires. Offre créée en 2016 entre Paris et des grandes villes (Toulouse, Nantes, Strasbourg, Lyon, Bordeaux), sur ligne ferroviaire classique (hors conventionnement) ; billet à réservation obligatoire avec seulement 3 prix proposés. Dispositif de « riposte » face à la concurrence routière (la moitié de l'offre covoiturage et autocars est positionnée le week end). La clientèle vient du covoiturage dans certains cas du TGV (emprunté pour l'autre trajet).

⁴⁶« Induction » : différence entre le gain issus des voyageurs supplémentaires induits auquel on retranche l'effet de « dilution » (= aubaine) de certains voyageurs.

4. Relevés de prix

QUELQUES EXEMPLES DE PRIX PRATIQUES

Origine-Destination	Date de circulation	Nombre de trains	Date d'achat	Prix Prem's (Non Echangeables /Non Remboursables)	Prix Loisir Echangeables /Remboursables	Prix encartés (jeune E/R)
Paris - Aix en Provence	24/05 départ jusque 14h	17 trains	23-mai 21-mai 10-mai 26-mars	57 57 49 25	111-68 111-68 85-63 85-61	77-47 77-47 59-44 53-35
	27/05 entre 17h et 20h	18 trains	26-mai 24-mai 14-mai 02-avr	57 57 57 57	116-68 116-68 116-68 116-73	81-47 81-47 81-47 81-47
Paris - Bordeaux	24/05 départ jusque 14h	25 trains	23-mai 21-mai 10-mai 26-mars	41 35 20 20	92-52 92-48 75-39 75-39	64-36 64-33 51-27 37-27
	27/05 entre 17h et 20h	2 trains	26-mai 24-mai 14-mai 02 avril	- - - -	100 100 94-90 66	69 69 65-62 40
Paris - Lyon	24/05 départ jusque 14h	27 trains	23-mai 21-mai 10-mai 26-mars	37 32 25 25	97-48 97-44 97-39 97-39	67-33 67-30 67-27 72-29
	27/05 entre 17h et 20h	31 trains	26-mai 24-mai 14-mai 02-avr	43 43 43 25	97-52 97-52 97-52 97-48	67-36 67-36 67-36 72-29

Paris - Rennes	24/05 départ jusque 14h	24 trains	23-mai 21-mai 10-mai 26-mars	35 35 20 20	72-43 72-43 53-32 50-32	50-30 50-30 37-22 25-20
	27/05 entre 17h et 20h	32 trains	26-mai 24-mai 14-mai 02-avr	- - 40 20	80-50 80-50 80-47 50-35	56-35 56-35 56-32 30-20
Paris - Lille	24/05 départ jusque 14h	27 trains	23-mai 21-mai 10-mai 26-mars	25 25 25 25	63-32 63-32 55-32 55-32	44-22 44-22 38-22 38-16
	27/05 entre 17h et 20h	31 trains	26-mai 24-mai 14-mai 02-avr	25 25 25 25	63-32 63-32 55-32 55-32	44-22 44-22 38-22 38-16
Paris - Le Mans	24/05 départ jusque 14h	18 trains	23-mai 21-mai 10-mai 26-mars	27 27 21 15	60-33 60-33 60-28 60-27	42-23 42-23 42-19,5 45-15
	27/05 entre 17h et 20h	24 trains	26-mai 24-mai 14-mai 02-avr	30 30 27 15	60-35 60-35 60-33 60-27	42-24,5 42-24,5 42-23 45-15

5. Décret 2016-327 du 17 mars 2016 et arrêté du 16 décembre 2011

Le 13 décembre 2016

Décret n° 2016-327 du 17 mars 2016 relatif à l'organisation du transport ferroviaire de voyageurs et portant diverses dispositions relatives à la gestion financière et comptable de SNCF Mobilités

NOR: DEVT1517808D

Version consolidée au 13 décembre 2016

Le Premier ministre,

Sur le rapport de la ministre de l'environnement, de l'énergie et de la mer, chargée des relations internationales sur le climat,

Vu le règlement (CE) n° 1370/2007 du Parlement européen et du Conseil du 23 octobre 2007 relatif aux services publics de transport de voyageurs par chemin de fer et par route, et abrogeant les règlements (CEE) n° 1191/69 et (CEE) n° 1107/70 du Conseil ;

Vu le code des transports, notamment ses articles L. 1212-3-1, L. 2100-2, L. 2121-1 à L. 2121-9, L. 2133-4, L. 2141-3, L. 2141-11, L. 2144-2, R. 1241-23, R. 1241-24, R. 1241-25, R. 1241-28 et R. 1241-32 ;

Vu le décret n° 2015-138 du 10 février 2015 relatif aux missions et aux statuts de SNCF Mobilités, notamment son article 3 ;

Vu l'avis du Conseil national d'évaluation des normes en date du 5 novembre 2015 ;

Le Conseil d'Etat (section des travaux publics) entendu,

Décrète :

Chapitre préliminaire Dispositions communes

Article 1

L'établissement public industriel et commercial SNCF Mobilités met à disposition des voyageurs, de manière précise et accessible et dans un délai adapté, toutes les informations utiles portant sur les horaires des trains, les tarifs, les conditions générales d'exploitation des services et les prestations complémentaires qu'il fournit.

Il prend toute disposition visant à la plus large diffusion de ces informations.

L'acheteur est informé des conditions d'utilisation des titres de transport. Les modifications

occasionnelles du service doivent être portées à la connaissance du public.

Article 2

(...)

Article 3

(...)

Chapitre Ier : Services d'intérêt national

Section 1 : Dispositions communes

Article 4

SNCF Mobilités mène une politique tarifaire visant à développer l'usage du train en participant à la satisfaction du droit au transport, dans des conditions assurant l'équilibre global de son exploitation, compte tenu des dispositions de la section 3 du présent chapitre.

Cette politique tarifaire favorise la réalisation des objectifs définis par l'Etat pour obtenir la meilleure utilisation du système des transports intérieurs français au plan économique et social.

Article 5

I. - Les prix payés par les usagers des services d'intérêt national sont fixés par SNCF Mobilités en application :

1° D'un tarif de base général correspondant au prix du voyage en seconde classe ;

2° De tarifs réglementés de référence correspondant au prix du voyage en seconde classe, sur certaines relations, institués dans les conditions définies au II ;

3° De l'ensemble des tarifs comportant diverses modulations par rapport à l'application du tarif de base général et des tarifs réglementés de référence et intégrant notamment les tarifs sociaux nationaux mis en œuvre par SNCF Mobilités à la demande de l'Etat.

II. - Dans les conditions fixées par l'arrêté prévu au III, un tarif réglementé de référence peut être institué sur une relation dans les cas suivants :

1° Lorsqu'elle présente pour les usagers des avantages particuliers de rapidité et de confort ;

2° Lorsqu'elle est soumise à une forte concurrence de la part d'un autre mode de transport ou d'un autre exploitant ferroviaire et que l'institution du tarif réglementé de référence est susceptible, en développant l'usage du train, d'éviter la dégradation ou de concourir à l'amélioration des comptes de résultat de SNCF Mobilités.

Un tarif réglementé de référence peut être institué à titre expérimental et pour une durée limitée.

III. - Un arrêté conjoint des ministres chargés des transports et de l'économie, pris après

avis du conseil d'administration de SNCF Mobilités et consultation des associations d'usagers, fixe :

1° Le rapport maximal, sur une relation, entre le tarif réglementé de référence et le tarif de base général ;

2° Le rapport maximal, sur une relation, entre le tarif le plus élevé et le tarif réglementé de référence ;

3° La proportion minimale entre le nombre de billets vendus, au cours d'une même année, à un prix inférieur ou égal au tarif réglementé de référence et la totalité des billets vendus ;

4° Les modalités d'application des tarifs sociaux nationaux.

IV. - Sauf disposition contraire prévue par le présent décret, les conditions générales de vente des billets sont librement fixées par SNCF Mobilités.

Article 6

SNCF Mobilités communique les tarifs qu'il établit en application de l'article 5 au ministre chargé des transports quinze jours au moins avant la date à laquelle ces tarifs doivent entrer en vigueur. A défaut d'opposition notifiée dans les huit jours suivant leur dépôt, les tarifs établis par SNCF Mobilités sont réputés homologués. Ces tarifs sont portés à la connaissance du public six jours au moins avant la date de leur entrée en vigueur.

Article 7

SNCF Mobilités publie et communique de façon claire et complète le tarif le moins élevé et le tarif le plus élevé des billets de seconde classe applicables sur chaque relation. Cette information tarifaire est rendue facilement accessible aux usagers de la relation.

Avant le 31 janvier de chaque année, SNCF Mobilités transmet au ministre chargé des transports un compte rendu de la politique tarifaire mise en œuvre l'année précédente dans les conditions prévues à l'article 5. Les informations devant figurer dans ce compte rendu sont précisées par un arrêté conjoint des ministres chargés des transports et de l'économie, pris après avis du conseil d'administration de SNCF Mobilités et consultation des associations d'usagers. SNCF Mobilités communique au ministre chargé des transports, à sa demande, toutes données ou pièces justificatives de nature à vérifier l'exactitude et la portée des informations fournies.

Article 8

Si SNCF Mobilités envisage de modifier ses tarifs dans des conditions différentes de celles prévues à l'article 5, il en informe le ministre chargé des transports un mois au moins avant la date à laquelle ces nouveaux tarifs doivent entrer en vigueur. A défaut d'opposition notifiée dans un délai de quinze jours à compter de la date de communication, ces nouvelles dispositions sont réputées approuvées.

Toutefois, lorsque ces mesures ont le caractère d'offre publique promotionnelle, dont le bénéfice pour les usagers concernés est limité dans le temps, elles font l'objet d'une

simple information du ministre.

Article 9

SNCF Mobilités peut conclure des contrats de transport de voyageurs dont les conditions sont fixées de gré à gré. Ces contrats peuvent prévoir que le service du transport sera assuré par des voitures ou des circulations spéciales.

Ils peuvent également comporter la fourniture de prestations connexes au voyage, dans le cadre de la réglementation en vigueur relative aux agences de voyage.

Les tarifs établis par ces contrats sont dispensés d'homologation et sont applicables de plein droit dès signature du contrat.

Article 10

Les tarifs sociaux nationaux mis en œuvre par SNCF Mobilités, à la demande de l'Etat, sur les services d'intérêt national, font l'objet d'une compensation globale destinée à couvrir l'incidence financière nette occasionnée par ces tarifs, établie conformément aux dispositions du règlement (CE) n° 1370/2007 du 23 octobre 2007 susvisé.

Section 2 : Services d'intérêt national non conventionnés

Article 11

La consistance des services d'intérêt national ne relevant pas de l'article 14 est définie par SNCF Mobilités dans le respect des priorités stratégiques fixées par l'Etat en application des articles L. 2100-2 et L. 2141-3 du code des transports et du schéma national des services de transport mentionné à l'article L. 1212-3-1 du même code.

Article 12

Les trains de voyageurs doivent contenir des places en nombre suffisant pour faire face aux besoins normaux du trafic. SNCF Mobilités prend les mesures nécessaires pour répondre dans les meilleures conditions possibles aux besoins des usagers sur les liaisons qu'il dessert, lors des pointes de trafic quotidiennes et hebdomadaires. Il peut limiter l'accès à certains trains qu'il désigne.

Article 13

(...)

Section 3 : Services d'intérêt national conventionnés

Article 14

La convention conclue entre l'Etat et SNCF Mobilités conformément aux dispositions de l'article 3 du règlement (CE) n° 1370/2007 du 23 octobre 2007 susvisé définit notamment sa durée ainsi que :

1° La consistance des services conventionnés et les conditions de leur exploitation notamment les dessertes assurées, la fréquence des circulations, les objectifs de qualité et les prestations inhérentes au voyage devant être proposées ;

2° Les principes et les règles de tarification spécifiques aux services conventionnés, dans le respect des dispositions de la section 1 du présent chapitre ;

3° Les catégories de charges liées à la fourniture des services et leurs modalités d'évaluation ;

4° Les modalités du financement des services conventionnés, y compris pour ce qui concerne le financement du matériel roulant affecté à leur exploitation ;

5° Les modalités de présentation des comptes séparés établis en application de l'article L. 2144-2 du code des transports.

Article 15

L'exploitation par SNCF Mobilités des services d'intérêt national faisant l'objet d'une convention mentionnée à l'article 14 donne lieu à l'établissement d'un rapport annuel, dont le contenu est précisé à l'article 18.

Article 16

(...)

Chapitre II : Services d'intérêt régional

Article 17

La convention entre l'autorité organisatrice régionale et SNCF Mobilités prévue à l'article L. 2121-4 du code des transports et la convention entre le Syndicat des transports d'Ile-de-France et SNCF Mobilités prévue à l'article R. 1241-23 du même code définissent leur durée respective ainsi que :

1° La consistance et la nature des services d'intérêt régional demandés par l'autorité organisatrice régionale à SNCF Mobilités ainsi que la décomposition par ligne de ces services et, en particulier, les conditions dans lesquelles SNCF Mobilités recourt, à la demande de l'autorité organisatrice régionale, à la faculté prévue au dernier alinéa de l'article 3 du décret du 10 février 2015 susvisé ;

2° La consistance du parc de matériel roulant affecté aux services d'intérêt régional conventionnés ;

3° Les conditions techniques, économiques et commerciales dans lesquelles SNCF Mobilités délivre les services d'intérêt régional conventionnés ;

4° La politique tarifaire applicable aux services d'intérêt régional conventionnés décidée par l'autorité organisatrice régionale ainsi que ses modalités de mise en œuvre, notamment le délai dans lequel l'autorité organisatrice régionale informe SNCF Mobilités des évolutions qu'elle envisage d'apporter à la tarification et, le cas échéant, le calendrier annuel des modifications tarifaires ;

5° Les objectifs de niveau de service, de qualité et de productivité, ainsi que les

Article 25

(...)

Article 26

(...)

Article 27

La ministre de l'environnement, de l'énergie et de la mer, chargée des relations internationales sur le climat, le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique et le secrétaire d'Etat chargé des transports, de la mer et de la pêche sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Fait le 17 mars 2016.

Manuel Valls

Par le Premier ministre :

La ministre de l'environnement, de l'énergie et de la mer, chargée des relations internationales sur le climat,
Ségolène Royal

Le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique,
Emmanuel Macron

Le secrétaire d'Etat chargé des transports, de la mer et de la pêche,
Alain Vidalies

(...)

Article 19

(...)

Article 21

(...)

Article 22

(...)

Chapitre III : Services assurés dans la région Ile-de-France**Article 23**

(...)

Article 24

(...)

Chapitre IV : Dispositions transitoires et finales

(...)

JORF n°0293 du 18 décembre 2011

Texte n°63

**Arrêté du 16 décembre 2011 fixant les modalités d'application des articles 14 et 17
du cahier des charges de la Société nationale des chemins de fer français**

NOR: TRAT1133319A

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et le ministre auprès de la ministre de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, chargé des transports,

Vu le décret n° 83-109 du 18 février 1983 modifié relatif aux statuts de la Société nationale des chemins de fer français, notamment son article 2 ;

Vu le décret n° 83-817 du 13 septembre 1983 modifié portant approbation du cahier des charges de la Société nationale des chemins de fer français ;

Vu la délibération du conseil d'administration de la Société nationale des chemins de fer français en date du 20 janvier 2011,

Arrêtent :

Article 1

Lorsqu'un tarif réglementé de référence est institué sur une relation, ce tarif est égal à 1,4 fois le tarif de base général en seconde classe applicable à la relation concernée.

Article 2

Sur une relation, le tarif le plus élevé du voyage en seconde classe, qui constitue le plein tarif, ne peut être supérieur à 1,5 fois le tarif réglementé de référence.

Article 3

La gamme tarifaire de la SNCF est conçue de telle sorte que le voyage à un prix inférieur au tarif réglementé de référence soit raisonnablement accessible. Au cours d'une année et en seconde classe, le nombre de billets vendus pour lesquels le prix est inférieur ou égal au tarif réglementé de référence doit représenter, d'une part, au moins 50 % du nombre total des billets vendus, d'autre part, au moins 10 % des billets vendus pour les trains partant entre le vendredi 12 heures et le samedi 12 heures, et entre le dimanche 12 heures et le lundi 12 heures.

Ces volumes de billets vendus sont appréciés hors facilités de circulation, en distinguant, d'une part, les services faisant l'objet d'un contrat de service public avec l'Etat et, d'autre part, les autres services nationaux. Pour ces derniers, les volumes de billets vendus sont appréciés au sein de dix ensembles géographiques cohérents de relations déterminés en annexe.

Article 4

Sur chaque relation, à bord d'un nombre déterminé de trains, le prix réduit payé par les bénéficiaires de tarifs sociaux est calculé à partir d'une base tarifaire inférieure au tarif réglementé de référence de la relation. Sur chaque relation, le nombre déterminé de trains pour lesquels cette base spécifique est mise en œuvre doit être égal :

— à au moins 40 % du nombre total des trains, sur une semaine ne comportant pas de jours de pointe exceptionnels ;

— à au moins 10 % des trains partant entre le vendredi 12 heures et le samedi 12 heures, et entre le dimanche 12 heures et le lundi 12 heures.

A bord des autres trains de la relation, pour lesquels cette base tarifaire n'est pas applicable, la réduction de prix accordée aux bénéficiaires de tarifs sociaux est calculée sur la base du plein tarif déterminé conformément à l'article 2.

Article 5

Le compte rendu prévu à l'article 17 du cahier des charges de la SNCF précise, pour chaque ensemble géographique et pour chaque type de services nationaux, établis conformément à l'article 3, la proportion de billets vendus à un prix inférieur ou égal au tarif réglementé de référence par rapport au volume global de billets de seconde classe vendus, hors facilités de circulation, et notamment pour les trains partant entre le vendredi 12 heures et le samedi 12 heures, et entre le dimanche 12 heures et le lundi 12 heures.

Ce compte rendu précise la part de billets vendus à des tarifs promotionnels.

Ce compte rendu précise également les moyens mis en œuvre par la SNCF pour répondre à ses obligations d'information tarifaire mentionnées au second alinéa de l'article 17 de son cahier des charges.

Article 6

L'arrêté du 22 juillet 1994 fixant les modalités d'application de l'article 14 du cahier des charges de la Société nationale des chemins de fer français est abrogé.

Article 7

Le directeur général des infrastructures, des transports et de la mer et le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes sont chargés,

chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Annexe

ANNEXE

Les ensembles géographiques visés à l'article 3 sont déterminés conformément à la répartition suivante :

INTITULÉ

11

Intersecteurs

Trains reliant différentes régions sans desservir une gare de Paris (75) mais desservant au moins une gare située en région Ile-de-France ; Liaison TGV entre le nord-est de la France et la Méditerranée ne desservant pas l'Ile-de-France.

12

Nord

Trains Paris vers/depuis la région Nord-Pas-de-Calais.

13

Nord-Est

Trains Paris vers/depuis les régions Champagne-Ardenne, Lorraine, Alsace.

14

Est

Trains Paris vers/depuis les régions Bourgogne et Franche-Comté.

15

Lyon — Alpes

Trains Paris vers/depuis la région Rhône-Alpes.

16

Méditerranée Est

Trains Paris vers/depuis la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

17

Méditerranée Ouest

Trains Paris vers/depuis la région Languedoc-Roussillon.

18

Sud-Ouest

Trains Paris vers/depuis les régions Poitou-Charentes, Aquitaine, Midi-Pyrénées et Centre (Tours).

19

Ouest

Trains Paris vers/depuis la région Pays de la Loire.

10

Nord-Ouest

Trains Paris vers/depuis la région Bretagne.

PÉRIMÈTRE MINIMAL

Tout train pour lequel un tarif réglementé de référence est appliqué doit être intégré dans l'un de ces ensembles.

Fait le 16 décembre 2011.

Le ministre auprès de la ministre de l'écologie,
du développement durable,
des transports et du logement,
chargé des transports,
Thierry Mariani
Le ministre de l'économie,
des finances et de l'industrie,
François Baroin

6. Historique des hausses tarifaires

Observations	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Inflation réelle	0,7%	0,5%	1,7%	1,7%	1,9%	2,1%	2,1%	1,8%	1,6%	1,5%	2,8%	0,1%	1,5%	2,1%	2%	0,9%	0,50%	0%
TGV																		
Date d'application	Janv. 98	Janv. 99	Janv. 2000	Janv. 2001	août 2002	15 juin 2003	15 avril 2004		Janv. 2006	Janv. 2007	Janv. 2008	Janv. 2009	Janv. 2010	Janv. 2011	Janv. 2012	24 Janv. 2013	2 Janv. 2014	31 Déc. 2014
Tarifs homologués	1,70%	1,60%	2,4% en moyenne +1,94% en 2cl. PN +2,67% en 2cl. PP +2,7% en 1cl.	+2,5% en moyenne (+1,9% en 2cl PN et +3,2% en 2cl PP et 1cl) et +2,5% en septembre	4,4% pour TGV Méd. 1,9% en moyenne sur les autres TGV	entre +0,50€ et +3€ en 2cl PN +3,2%	entre +0,50€ et +3€ en 2cl PN +2,75%	2,69% en 2cl PN 3,07% en 2cl. PP 3,04 en 1cl.	2,58% en 2cl PN 3,47 en 2cl. PP entre 3 et 4,5% en 1cl.	moyenne sans pondération 2,08% en 2cl PN 2,33% en 2cl PP 2,75% en 1cl	1,8% en 2cl. 2% en 1cl.	3,5% Loisir 1cl. et 2cl. 3,5% +1€ Pro 2cl. 3,5% +2€ Pro 1cl.	1,9% Loisir 1cl. et 2cl. 3,3% Pro	2,85% en moyenne en Loisir 2cl. 3,9 % en moyenne en Loisir 1cl	+3,14% avec arrondis à l'euro le plus proche	+2,3% avec arrondis à l'euro le plus proche	2,8 % avec arrondis à l'euro le plus proche	2,6 % avec arrondis à l'euro le plus proche

Barème kilométrique																		
Date d'application	Janv. 98	Janv. 99	septembre 2000	août 2002	Juillet 2003	Juillet 2004	Juillet 2005	Juillet 2006	Juillet 2007	Juillet 2008	Juillet 2009	Juillet 2010	Juillet 2011	Aout 2012	24 janvier 2013	2 janvier 2014	31 Déc. 2014	
Tarifs homologués	0,70%	1,10%	Moyenne de +1,4% (de 1,0% à 1,65% en fonction des distances)	1,60%	+2,1% en moyenne pour TER	+2,5% en moyenne pour TER	+2,6% en moyenne pour TER	Majoration pondérée de 2,37% 2,3% de 1 à 149 km 2,57 de 150 à 500km 2,0% au-delà	Majoration pondérée de 2,29% 2% de 1 à 149km 2,7% de 150 à 299km 2,5% au-delà	Toutes tranches : 2,5%	2,0% de 1 à 49km 2,5% de 50 à 99km 3,5% de 100 à 149km 4,5% au-delà (sauf Téoz : 3,5% de 150 à 299km et 4% au-delà)	Toutes tranches : +2,5%	Toutes tranches +2,85%	Toutes tranches +2,0%	Toutes tranches +2,3%	Toutes tranches +2,8%	Toutes tranches +2,6%	
Observations														NB : La hausse de la TVA a été répercutée dans les prix en janvier (+1,41%)	inflation prévisionnelle 2013 : 1,8% Une seule augmentation pour 2013	Hausse égale à la répercussion de la TVA	Dernière majoration tarifaire avant mise en œuvre de la liberté tarifaire régionale	

NB les hausses des tarifs TGV homologués figurant à l'année n, année de leur mise en application, sont homologuées l'année n-1 ;
l'inflation indiquée pour l'année n est celle qui est constatée ex post

7. Liste des personnes rencontrées

<i>Nom</i>	<i>Prénom</i>	<i>Organisme</i>	<i>Fonction</i>	<i>Date de rencontre</i>
GUIMBAUD	Thierry	Ministère, DGITM	Directeur des services de transport	23 mai 2016
RITZ	Dominique		Sous directeur	28 octobre 2016
MOREL, SAINT-BLANCARD	Claude Patrice	Cabinet du Secrétaire d'Etat chargé des transports, la mer et de la pêche	Directeur du cabinet, Conseiller services ferroviaires et transports collectifs	31 mai 2016
MOURLON	Nicolas	Cabinet de la Ministre de l'environnement de l'énergie et de la mer	Conseiller Infrastructures, Transports, partenariats et social	3 juin 2016 21 novembre 2016
BEAUMENIER BERKANI	Virginie Umberto	Autorité de la concurrence	Rapporteuse générale Rapporteur général adjoint	7 juin 2016
PARLY, JOSSE	Florence Lucile	SNCF Mobilités	Directrice générale de SNCF Voyageurs Stagiaire ENA	10 juin et 27 juillet
MATUCHET	Pierre	SNCF Mobilités	Directeur Marketing, Voyages SNCF	10, 23 et 29 juin, 27 juillet
PASQUIER- SKREIKES	Frédérique	SNCF Mobilités	Direction du marketing-pilotage de la performance	
PEYLET	Roland		Conseiller d'État	17 juin 2016
de SAINT-PULGENT POT PLANTANPS	Noël Michel Denis	Mission de contrôle économique et financier des transports	Chef de la mission Contrôleur général Contrôleur général	20 juin 2016
BERNARDELLI	Stéphane	UNAF, Union nationale des associations familiales	Administrateur à l'UNAF	23 juin 2016
GAZEAU, LENOIR, DEBRINCAT	Bruno Jean Marc	FNAUT	Président Vice-Président responsable du service juridique	30 juin 2016
ESCOT	Matthieu	UFC Que choisir	Responsable des études	5 juillet 2016
CAZENAVE	Gwendoline	SNCF Mobilités	Directrice Finance-Stratégie-Juridique Voyages SNCF	24 août 2016
GHERIDA CHABROL	Jean Caroline	SNCF Mobilités	Directeur Intercités Directrice Marketing et commerciale Intercités	26 août 2016
LEGRAND	Maxime		Responsable commercial Intercités	
BENATIA FAU	Lionel Romain	Bla Bla Car	Public policy manager General manager	21 septembre 20

<i>Nom</i>	<i>Prénom</i>	<i>Organisme</i>	<i>Fonction</i>	<i>Date de rencontre</i>
			France, Benelux, Iberia	

8. Glossaire des sigles et acronymes

<i>Acronyme</i>	<i>Signification</i>
CGEDD	Conseil général de l'environnement et du développement durable au Ministère de l'environnement, de l'énergie et de la mer
DGCCRF	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
DGITM	Direction générale des infrastructures, des transports et de la mer au Ministère de l'environnement, de l'énergie et de la mer
FNAUT	Fédération nationale des usagers des transports
LGV	Ligne à grande vitesse
MEEM	Ministère de l'écologie, de l'énergie et de la mer
PTPN	Plein tarif de période normale
PTPP	Plein tarif de période de pointe
OD	Origine-destination
ODM	Offre de dernière minute
SLO	Service librement organisé
TBG	Tarif de base général
TGV	Train à grande vitesse
TRR	Tarif réglementé de référence
UNAF	Union nationale des associations familiales

