

Faut-il fermer les guichets partenaires des CFF

Autor(en): **M.T. / Müller, Matthias / Del Vecchio, Donatella**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Génération**

Band (Jahr): - **(2017)**

Heft 90

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-830337>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Faut-il fermer les guichets partenaires des CFF ?

Les CFF prévoient de fermer 52 points de vente partenaires d'ici à la fin de l'année. L'ATE vient de lancer une pétition pour que l'ex-régie fédérale renonce. Débat.

« Pour que les prix restent abordables »

DONATELLA DEL VECCHIO,
PORTE-PAROLE DES CFF



« Ces prestations ont une fonction sociale »

MATTHIAS MÜLLER,
PORTE-PAROLE DE L'ASSOCIATION
TRANSPORTS
ET ENVIRONNEMENT (ATE)



Pourquoi fermer ces points de vente partenaires ?

Pour réduire les coûts. Aujourd'hui, plus de 80 % de la demande est couverte par les canaux en libre-service. Les billets vendus par des tiers représentent, pour les CFF, à peine 1 % de la vente totale des billets.

Sur un budget de 9 milliards, cela permettra d'économiser 5 millions. N'est-ce pas dérisoire ?

Notre objectif est que les prix restent stables et abordables autant que possible. Une économie de 5 millions dans les coûts de distribution participe déjà à cet effort.

Avec la fermeture de ces points de vente, il faudra acheter ses billets aux automates, en ligne ou via l'appli des CFF. N'est-ce pas discriminer ceux qui n'ont pas de téléphone portable ou qui peinent avec les distributeurs ?

En aucun cas. La ligne d'assistance gratuite réservée aux automates aide les utilisateurs à acheter leur billet en cas de difficulté. Et, pour les personnes plus âgées, nous proposons également des formations avec Pro Senectute.

C'est aussi un moyen de mettre fin aux contacts entre les personnes, aux services spécialisés et aux conseils ?

Les 1700 collaboratrices et collaborateurs des autres 169 points de vente desservis donnent, eux, un visage aux CFF.

Etait-ce vraiment la seule solution envisageable ?

La digitalisation croissante explique notamment ces tournants envisagés par les CFF. Le chemin de fer doit demeurer un moyen de transport attrayant.

Pourquoi avoir lancé cette pétition ?

Ces points de vente sont nécessaires et ils ne coûtent presque rien aux CFF : 5 millions sur un budget de presque 9 milliards. Les fermer risque de pousser les gens à préférer la voiture. Surtout ceux qui peinent avec les distributeurs ou à commander leurs billets en ligne.

Les seniors sont les plus touchés ?

Les personnes âgées certainement, mais toute la population est concernée. L'application des CFF est une bonne chose, mais comment faire sans guichet si l'on veut acheter un demi-tarif ? Les Suisses sont d'accord de payer des impôts pour bénéficier de ce service public. Les CFF se doivent de l'assumer. Les gens commencent à faire le travail à leur place !

L'automatisation n'est-ce pas une évolution logique ?

Pour l'ATE, il y a trois raisons de prendre le train : les horaires, le prix et le service. Les conseils personnalisés et les informations données au guichet ne sont pas remplaçables si facilement. Les gens aiment ces prestations, elles sont très populaires. Elles ont aussi une fonction sociale, surtout à la campagne.

On parle ici de seulement 1 % des ventes de billets au total...

Justement, pourquoi abolir un tel service si c'est si peu pour eux et, à l'inverse, tellement important pour les gens ? Avec cette logique de rationalisation des coûts, on peut aussi s'attendre à ne plus avoir d'abonnements généraux pour les étudiants, de cartes réduites proposées par les communes, etc.

M.T.