

Dest. : Conseil d'administration, Metrolinx

Expéd. : Mark Childs, *chef du marketing*

Date : Le 6 février 2019

Objet : Mise à jour trimestrielle de la division Marketing

Résumé

La division Marketing fait augmenter le nombre de passagers et les revenus générés par les tarifs au moyen des éléments de marketing, des renseignements sur la clientèle, de l'établissement de partenariats et de la promotion de revenus autres ceux générés par les tarifs. Au cours du dernier trimestre, la division Marketing, en collaboration avec les divisions Exploitation et Planification et développement, a permis de faire croître le nombre de passagers ainsi que les revenus en lançant de nouveaux services et promotions ciblant les besoins et les souhaits de la clientèle. Nous continuons d'analyser le déroulement de nos programmes pilotes ou mis à l'essai ainsi que la prestation de nos nouveaux services afin de cerner les occasions qui encouragent de nouveaux passagers à essayer nos services et qui favorisent l'utilisation accrue des services par les clients actuels, et ce, tandis que nous continuons d'étendre les services dans tout le réseau.

Faits saillants

Le nombre de passagers de¹ GO Transit et d'UP Express depuis le début de l'exercice est de 52,5 millions, soit 1,6 million de plus que l'objectif.² Dans l'ensemble, une hausse de l'achalandage est constatée dans chacun des corridors ferroviaires de GO. Le corridor ferroviaire GO de Barrie affiche la plus grande croissance, soit de 20,8 %. Cette hausse du nombre de passagers est attribuable à l'augmentation du service de train, à la mise en service de la nouvelle gare GO de Downsview Park le 31 décembre 2017 et la mise en œuvre du projet pilote de déplacements gratuits pour enfants dans le corridor de Barrie le 28 avril 2018. Le projet pilote de déplacements gratuits pour enfants dans le corridor de Barrie a généré 63 000 embarquements supplémentaires. L'augmentation de la fréquence du service et le projet pilote de déplacements gratuits pour les enfants ont contribué à l'obtention d'une cote de satisfaction de la clientèle de 85 % pour le corridor de Barrie en novembre. Étant donné les bons résultats connus dans le corridor de Barrie, nous cernons et validons les occasions d'augmenter le service et d'offrir des tarifs adaptés aux besoins des clients ailleurs.

¹ Les résultats à ce jour sont pour la période suivante : du 1^{er} avril 2018 au 30 novembre 2018.

² Rapport sur les indicateurs de rendement clés du mois de décembre 2018.

Le nombre de passagers dans les corridors ferroviaires GO de Lakeshore East et de Lakeshore West a augmenté de 4,5 % et 2,7 %, respectivement. Cette augmentation est attribuable à l'augmentation du service en mi-journée qui a généré 30 000 embarquements supplémentaires (609 embarquements de plus par jour).

Le nombre d'embarquements des autobus de GO a augmenté de 2,1 % depuis le début de l'exercice. Il y a trois types d'offres de service d'autobus GO : le service train-autobus (fournit aux clients la flexibilité de se déplacer à l'extérieur des heures normales du service ferroviaire), le service de train avec liaison autobus (un parcours d'autobus qui prolonge le service ferroviaire aux communautés périphériques et aux gares GO en fin de ligne) et le service régional d'autobus express (un parcours d'autobus qui relie les communautés aux destinations régionales). À mesure qu'augmente notre service de train en période hors pointe, le service train-autobus diminue afin d'éviter le dédoublement des services. Si les embarquements train-autobus n'étaient pas compris dans le nombre total d'embarquements des autobus de GO à ce jour, le nombre d'embarquements des autobus de GO afficherait une augmentation de 6,9 %.

L'importance des correspondances entre le service de train GO et le service d'autobus est évaluée de manière continue. Par exemple, le nombre d'embarquements à ce jour à la gare GO de Mount Pleasant a augmenté de 17,1 % à la suite de l'amélioration du service d'autobus et de la conception de gare adaptée aux besoins de la communauté. La gare GO d'Aurora affiche une croissance de 30,5 % à ce jour. Le nombre d'embarquements durant la période de pointe du matin était stable de 2017 à 2018, cependant, alors que le nombre d'embarquements durant la période suivant l'heure de pointe du matin en 2017 représentait 7 % du nombre total d'embarquements, en 2018, le nombre d'embarquements pour cette même période représentait 24 % du nombre total d'embarquements. Ce changement s'est produit alors que les parcs de stationnement des deux gares étaient au maximum de leur capacité durant la période de pointe du matin durant les deux années. Comme le nombre total d'embarquements provenant de correspondances depuis les services de transport en commun local est passé de 4 % à 6,5 % en 2018, la hausse du nombre de passagers est attribuable aux clients ne s'étant pas rendus à la gare en voiture.

Inversement, les travaux de construction liés aux améliorations à la gare GO de Cooksville ont donné lieu à l'élimination temporaire de 250 places de stationnement, ce qui a fait chuter de 7,2 % le nombre de passagers à la gare de Cooksville. Pour remédier à la réduction du nombre de places de stationnement, les clients ont augmenté leur utilisation du transport en commun municipal; le nombre d'embarquements provenant du transport en commun municipal est passé de 12 % à 16 %. Les clients ont également voyagé aux gares GO environnantes de Dixie et d'Erindale pour se garer, ce qui a contribué à la croissance moyenne du nombre

d'embarquements par jour de 19,8 % (198 embarquements de plus) et 14,3 % (328 embarquements de plus), respectivement. Grâce à ces résultats, nous sommes en mesure de cerner et de mettre à l'essai les occasions d'accès aux gares, de stationnement et de collaboration avec les fournisseurs de service municipaux, et de surveiller le nombre de passagers et le rendement en matière d'accès des gares nouvellement rénovées (p. ex., gare de Guildwood).

Le nombre d'embarquements UP Express a augmenté de 16,1 % depuis le début de l'exercice.³ Un nouveau projet pilote et un partenariat avec Uber contribuent à cette croissance et viennent augmenter la portée d'UP Express. Le projet pilote et le partenariat avec Uber viennent confirmer l'attrait pour les clients d'un autre mode de transport pour assurer la connectivité au premier et au dernier kilomètres, ainsi que son incidence sur la croissance du nombre de passagers. Depuis le lancement du projet pilote avec Uber le 1^{er} octobre 2018, la croissance d'UP Express est passée de 6,5 % en septembre 2018 à 15,4 % en novembre 2018.⁶ Uber offre une autre façon d'accéder à la gare de Weston, où le stationnement est au maximum de sa capacité. En termes de proportions, trois fois plus de clients ont eu recours au service Uber pour accéder à la gare de Weston comparativement à la gare Union.⁷ Nous tirons profit des leçons apprises dans le cadre du projet pilote avec Uber pour élargir les possibilités de partenariats et de projets pilotes.

Les faits saillants de la division Marketing concernent ce qui suit :

- Une collaboration avec VIA Rail pour offrir des correspondances entre les corridors afin que les passagers de Kitchener et de Niagara puissent utiliser les services de GO pour accéder à un train de VIA à la gare Union. Le pré-lancement de ce programme a eu lieu en janvier.
- À l'aéroport Pearson, aux aérogares 1 et 3, un kiosque UP Express a été mis en place. Les heures d'ouverture sont de 10 h à 22 h, tous les jours, et la principale activité est la vente de billets. En date du 20 décembre 2018, en moyenne, plus de 1 200 billets de plus étaient vendus par semaine et les recettes hebdomadaires se chiffraient au-delà de 14 000 \$. UP Express met également à l'essai un agent mobile à l'aire de retrait des bagages des vols intérieurs et internationaux à l'aérogare 1. L'agent mobile fournit aux clients et aux clients potentiels des renseignements sur UP Express et sur les options de transport en commun.
- Des partenariats continus avec des événements d'importance afin d'offrir des tarifs promotionnels, comme des forfaits combinant le déplacement en transport en commun et le billet d'entrée, notamment pour le défilé du père Noël (plus de 14 000 passagers), le salon One of a Kind Christmas Show (plus de 900 forfaits vendus) et la Royal Agricultural Winter Fair (plus de 2 100 forfaits vendus et 24 000 passagers supplémentaires). Tous ces événements font grimper le nombre

³ Source : Données rapprochées, Comptabilité des revenus. Nombre d'embarquements mensuel établi sans l'impact des interruptions de service.

de passagers et les recettes. Un grand accent sera mis sur la croissance future des partenariats promotionnels.

Conclusion

Metrolinx exerce un nouveau leadership assumé en mettant les clients au centre de toutes ses activités, ce qui mène à la hausse du nombre de passagers et des revenus générés. La division Marketing est à l'avant-plan de ces activités.

Le tout respectueusement soumis,

Mark Childs
Chef du marketing