

**À :** Conseil d'administration de Metrolinx  
**De :** Mark Childs  
*Directeur du marketing*  
**Date :** Le 7 septembre 2023  
**Objet :** Mise à jour trimestrielle de la division du marketing

---

## Résumé

Tout au long de l'été, nous avons continué de stimuler l'augmentation du nombre de passagers grâce à une liste passionnante de destinations et de partenariats de loisirs et de tourisme. Selon le plus récent rapport sur le nombre de passagers de GO, publié en juillet, le nombre de passagers atteint 69 % de son niveau d'avant la pandémie, tandis que le nombre de passagers la fin de semaine atteint 125 % (ajusté en fonction du jour de travail).

Plus récemment, nous avons participé à la Grande Parade du Carnaval des Caraïbes et à l'Exposition nationale canadienne (ENC).

Pour aider nos clients à se rendre au Festival des Caraïbes, nous avons ajouté des services spéciaux de train GO de fin de semaine sur les lignes GO de Stouffville, Milton et Lakeshore West. À la Place Exhibition, notre équipe était sur place pour mobiliser les amateurs de défilé en leur offrant des décalcomanies de carte PRESTO en édition limitée sur le thème du carnaval et en leur donnant l'occasion d'être photographiés avec des ailes de carnaval devant l'autobus GO à l'effigie du carnaval.

L'équipe était tout aussi enthousiaste de revenir à l'ENC récemment pour célébrer la fin de l'été avec une activation sur place du laissez-passer GO jouet afin de mieux faire connaître les trajets gratuits GO pour les enfants avec l'ours GO et un autobus GO conçu sur mesure pour l'occasion.

Nous continuons d'améliorer l'expérience du client en offrant de délicieuses options d'aliments et de boissons pratiques. On trouve maintenant des distributeurs automatiques à plus de 35 emplacements, qui offrent des options innovantes comme Pizza Forno et Daily Blends. Nous sommes ravis d'accueillir bientôt le Second Cup Café à la station d'autobus de la gare Union.

En juillet, UP Express a accueilli les festivaliers du Carnaval des Caraïbes au son de tambours métalliques et continue d'aider nos clients à « rester sur la bonne voie » avec un service régulier de 30 minutes. Le niveau de satisfaction de la clientèle UP est de 87 %.

Le niveau de satisfaction de la clientèle de GO se chiffre constamment à 84 % et plus

récemment grâce à l'ajout du service de fin de semaine sur la ligne Kitchener en avril, à une ponctualité solide et des améliorations dans l'aide offerte à nos clients pour planifier et préparer leur trajet par l'intermédiaire du nouveau site Web [gotransit.com](http://gotransit.com).

### **Rendement du nombre de passagers**

Le nombre de passagers la fin de semaine atteint 125 %, sous l'effet de la promotion et des voyages d'agrément vers des destinations et des événements clés.

Niagara Falls, en collaboration avec notre partenaire WEGO, a offert des forfaits de voyage à prix réduit, y compris le réseau d'autobus Hop-On Hop-Off de Niagara Parks, des navettes vers Niagara-on-the-Lake et le chemin de fer Chemin de fer incliné Niagara Falls. Le nombre de passagers à destination de Niagara la fin de semaine comparativement à la période précédant la pandémie a augmenté pour s'établir à 487 %.

Tout au long de l'été, nous avons continué de participer activement à des événements importants tels que le festival des cultures de Carrasauga, la Journée des nouveaux arrivants de Toronto, la York Pride, Saveurs d'Asie, FUN Philippines et, plus récemment, l'événement Fierté de Toronto, où nous avons vu une augmentation de 79 % du nombre de passagers la fin de semaine par rapport à une fin de semaine sans événement.

En août, nous avons été ravis de nous associer aux Blue Jays de Toronto. Ce partenariat comprenait l'activation d'une carte Junior Jay au Centre Rogers et le lancement d'une campagne « GO Jays » à l'intention des amateurs pour encourager les clients à choisir GO Transit comme le meilleur moyen d'assister à la partie. Le nombre de passagers à la gare Union les jours de partie la fin de semaine a augmenté de 48 % et de 15 % les jours de semaine par rapport aux journées sans parties.

Afin de soutenir les voyages d'affaires, GO & UP était le partenaire officiel de transport en commun pour la Collision Conference, en juin, et 40 000 participants se sont vu offrir des offres de voyage à prix réduit pour GO & UP. Metrolinx a observé une augmentation de 19 % du nombre de passagers de UP Express le jour d'ouverture et une augmentation de 99 % du nombre de passagers d'UP la fin de semaine.

### **Expérience client**

À la fin du mois de juin, le site Web [upexpress.com](http://upexpress.com) a été relancé dans un nouveau format optimisé pour les appareils mobiles, afin de permettre une planification personnalisée des trajets grâce à des renseignements en temps réel pour améliorer l'expérience client et faciliter la planification des trajets.

Nous continuons à mettre en place des partenariats innovateurs, pour soutenir les clients du premier au dernier kilomètre. En août, aux gares GO de Mount Pleasant, Brampton et Bramalea, nous avons lancé une collaboration avec le service de location de trottinettes électriques SCOOTY et nous avons établi un partenariat avec le marché de covoiturage Turo aux gares GO où les clients recevront un rabais de 25 \$ sur leur premier trajet!

Nous avons actuellement 54 offres Avantages PRESTO, et nous avons récemment offert un rabais pouvant atteindre 25 % pour les billets VIP et à prix régulier pour l'Omnium Banque Nationale et d'autres réductions pour divers spectacles et expositions comme Mirvish Productions, l'animation immersive de Disney et l'exposition sur Pink Floyd. Au moment où nous revenons à la routine en septembre, nous attendons avec impatience les avantages liés au festival Just For Laughs de Toronto, au Festival de musique 1MX et au Toronto International Film Festival (TIFF).

Nous sommes impatients d'accueillir les étudiants qui retournent en classe et les clients de retour sur le lieu de travail. Profitez du trajet!

Respectueusement soumis,

Mark Childs

*Directeur du marketing*