

NOTE DE SERVICE

À: Conseil d'administration de Metrolinx

De: Mark Childs

Directeur du marketing

Date: 30 novembre 2023

Objet: Mise à jour trimestrielle du marketing

Metrolinx est ravie de voir plus de clients se tourner vers le transport en commun alors que davantage de destinations touristiques et de loisir, ainsi que de nombreux partenariats, continuent de stimuler l'achalandage. Le nombre de passagers de GO pour septembre indique une reprise de 79,2 % (par rapport à 2019).

Au cours du dernier trimestre, Metrolinx a continué d'établir des partenariats qui procurent de la valeur aux clients et améliorent l'expérience de voyage. Le soutien a été soutenu pour les déplacements à destination et de loisirs ainsi que pour les clients scolaires et d'affaires de retour.

Le taux de satisfaction des clients de GO est en bonne voie pour atteindre l'objectif de 84 % cette année, et a atteint 88 % en août.

Faits saillants de l'achalandage

Metrolinx a connu une reprise impressionnante du nombre d'utilisateurs la fin de semaine, soit 148 % par rapport à 2019, grâce à l'ajout de services ferroviaires, à la promotion et aux voyages d'agrément vers des destinations et des événements clés.

Les partenariats et les horaires pratiques pour les événements sportifs, y compris la coupe Grey et les Blue Jays de Toronto, répondaient aux besoins des clients. La dernière saison des Blue Jays a vu une augmentation de l'achalandage de 40% par rapport à 2022.

À la fin de l'été, Metrolinx a continué d'inspirer la planification des voyages et de soutenir des événements comme Nuit Blanche, Fall Home Show et une première collaboration avec le Festival ukrainien de Toronto.

Les destinations d'autobus de GO au Zoo de Toronto, à Canada's Wonderland et au Toronto Premium Outlets ont continué d'attirer des clients, avec une augmentation de 49 % de l'achalandage quotidien moyen par rapport à 2022.

En septembre, notre programme de rentrée scolaire a encouragé les étudiants et les jeunes à choisir GO Transit par le biais de campagnes sur les réseaux sociaux, notamment un engagement passionnant avec des créateurs de contenu de la génération Z et une collaboration avec *Maple Leaf Sports & Entertainment* pour

encourager les admirateurs de Drake à utiliser GO pour se rendre au concert de la tournée *It's All A Blur* au Scotiabank Arena.

Afin de soutenir les voyages d'affaires, GO et UP se sont associés à la conférence *Elevate*, le plus grand événement technologique du Canada, pour offrir à ses participants des offres de voyage uniques et, en partenariat avec la carte de crédit Tim, offrir une récompense de 10 \$ pour les voyages du lundi.

La reprise de l'achalandage et la satisfaction de la clientèle de GO ont été soutenues par le rétablissement des services aux heures creuses sur la ligne de Barrie et de Stouffville et par les améliorations pour aider nos clients à planifier et préparer leurs trajets via le nouveau site Web.getransit.com.

Expérience client

Des options améliorées de nourriture et de boissons ont été proposées aux clients avec des offres savoureuses et pratiques, notamment Daily Blends, des pizzas chaudes de PizzaForno et l'inauguration officielle d'un Second Cup à la station d'autobus de la gare Union. Il existe maintenant un vaste réseau de 104 distributeurs automatiques répartis dans 39 emplacements.

Cette année, Avantages PRESTO a élargi nos offres promotionnelles clients. Parmi les offres récentes figurent des rabais pour des spectacles et des expositions comme Mirvish Productions, Halloween Night of Lights & Pumpkinville, Argonauts de Toronto, Immersive Van Gogh, One of A Kind et The Wild Rovers.

Avec l'approche de la saison hivernale, Metrolinx a hâte d'accueillir les clients à bord pour aller aux meilleurs événements saisonniers de la région, y compris les défilés des Fêtes avec l'ours GO et un autobus GO avec une thématique de pain d'épice, l'événement Winter Wonders aux Jardins botaniques royaux et le Distillery Winter Village.

Alors que nous nous préparons tous à accueillir 2024, Metrolinx, en partenariat avec Forty Creek, encourage ses clients à choisir le transport en commun pour rentrer chez eux en toute sécurité grâce au service gratuit du réveillon du Nouvel An après 19 h.

Respectueusement soumis,

Marc Childs

Directeur du marketing