



Avec sa nouvelle campagne, la SNCB se tourne vers l'avenir

Avec ses voyageurs, 'En route. Vers mieux.'

Avec la fréquence des déplacements qui augmente à nouveau, de plus en plus de personnes prennent le train. Ces dernières semaines, le nombre de voyageurs a de nouveau enregistré une hausse, atteignant son niveau le plus élevé depuis le début de la crise sanitaire. Cette crise aura permis de mettre encore plus en évidence l'importance du train dans la mobilité au sein de notre pays. Pour en convaincre le plus grand nombre, la SNCB lance une nouvelle campagne : un nouveau spot TV et un nouveau slogan : 'En route. Vers mieux'.

Avec cette nouvelle campagne, la SNCB ne regarde pas seulement vers l'avenir, elle fait également le point sur ces 18 derniers mois. Une période pendant laquelle la SNCB, comme chacun, a dû s'adapter à la fois aux mesures sanitaires en vigueur et à l'évolution des habitudes et des besoins.

Un 'plus' pour la mobilité

Au début de la crise en mars 2020, la SNCB a mis en place un Service des Trains d'Intérêt National pour continuer à garantir la mobilité dans notre pays. Même lorsque le nombre de voyageurs a chuté à 10 % en raison de l'interdiction des déplacements non essentiels, le train a continué à circuler pour celles et ceux qui en avaient besoin pour se déplacer.

Des efforts supplémentaires ont été fournis pour assurer la sécurité sanitaire dans les trains et les gares et une offre de trains maximale a été rapidement remise en service.

À nouveau plus de voyageurs

Après que le nombre de voyageurs ait longtemps oscillé autour de la moitié des chiffres de fréquentation habituels, il a réaugmenté à plus de 70 % au cours de ces dernières semaines. La semaine dernière, par rapport à la même période en 2019, le nombre moyen de voyageurs était de 79%. Il s'agit du niveau le plus élevé depuis le début de la crise.

Les besoins ont changé

La SNCB veut maintenir cette tendance positive et elle va donc continuer à évoluer pour s'adapter aux nouveaux besoins de ses voyageurs. Durant cette crise, la SNCB a constamment démontré sa capacité d'adaptation.

Parallèlement aux mesures renforcées en termes d'offre et de nettoyage des gares et des trains, de nouveaux produits et services ont été développés à un rythme accéléré.

Par exemple, le planificateur de voyage sur l'app SNCB permet désormais de connaître l'affluence attendue dans un train précis. Depuis quelques mois, la SNCB teste également des abonnements de train flexibles destinés à ceux qui se rendent sur leur lieu de travail deux à trois fois par semaine et qui travaillent à domicile le reste du temps. La SNCB déploiera ce nouveau produit début 2022. Il sera également possible d'y ajouter un abonnement de parking, ainsi que des trajets dans les bus, trams et métros des sociétés régionales de transport public.

Les voyageurs apprécient : au cours du premier semestre 2021, 78 % des voyageurs ont dit être satisfaits du service de la SNCB.

En route. Vers mieux.

Lorsque la crise sera derrière nous, la SNCB entend poursuivre sur cette voie. Le train doit continuer à évoluer comme mode de transport sûr, moderne, confortable et durable. Pour le voyageur, il doit être un choix encore plus conscient et évident.

Le train est là pour tout le monde, que ce soit pour les personnes qui doivent se déplacer pour leur travail comme pour les voyageurs qui prennent le train occasionnellement, dans le cadre de leurs loisirs. Cette diversité est mise en avant dans la campagne : les personnages sont des voyageurs aux profils totalement différents, et pourtant, le train s'inscrit dans le quotidien de chacun d'entre eux. Tout comme la SNCB, avec le train, ils sont '*En route. Vers mieux*'.

On peut y voir un père de famille qui se remémore, lors de son voyage en train, son week-end passé avec ses enfants. Mais aussi un étudiant qui, quant à lui, profite du voyage pour penser à son avenir et à celui de la société.

La campagne est une invitation à prendre le train en marche et à laisser libre cours à ses pensées. Parce que le train fait bouger tout le monde et qu'au terme du voyage, il pousse aussi à aller réellement plus loin. Vers la famille, les amis ou les collègues, avec davantage de temps à leur consacrer. Et aussi vers un monde plus durable.

La campagne sera diffusée du jeudi 30 septembre au mardi 19 octobre à la télévision, en ligne et sur les réseaux sociaux. Et bien entendu aussi, dans les trains et les gares.

En route. Vers mieux. (Noah)



En route. Vers mieux. (David)







Elisa Roux

Porte-parole SNCB

 elisa.roux@sncb.be