

› TRANSPORTS
**LYRIA VEUT POUSSER
SES VENTES
EN AGENCES**



Stratégie Des tarifs négociés pour grands comptes

Lyria veut pousser ses ventes en agences

- › Un trafic de 3,8 millions de passagers en 2008 (+ 10 %).
- › Un chiffre d'affaires de 220 millions d'euros (+ 16,6 %).
- › Seules 8 % des ventes passent par le réseau de distribution.



L yria est toujours bien dans les rails. La filiale commune de la SNCF et des CFF (Chemins de Fer Fédéraux Suisses) a transporté en 2008 un total de 3,8 millions de passagers, avec une croissance de 10 %, dont 2,2 millions entre la France et la Suisse. Le chiffre d'affaires atteint 220 M€, soit une augmentation de 16,6 % par rapport à l'année 2007.

Des résultats qui s'expliquent pour beaucoup par la bonne santé de l'axe Paris-Genève où, avec un trafic de 975 000 passagers, le train a repris une part de marché majoritaire face à l'aérien. Sur la liaison Paris-Bâle-Zurich, Lyria a transporté 440 000 passagers, avec une part de marché de 60 % face à l'aérien, dopée par le retrait d'Easyjet et par les nouveaux horaires instaurés après le lancement du TGV-Est. "La ma-

jorité de nos ventes provient des gares (47 %), devant les ventes en ligne et le call-center (27 %) et le site Web Rail Europe (17 %). Le canal des agences de voyages représente seulement 8 % de nos ventes", explique Christian Rossi, directeur général de Lyria. "Comparativement à Thalys ou encore Eurostar, nos ventes sont un peu en retrait en agences. Grâce à des tarifs nets négociés réservés aux grands comptes que nous allons lancer le 1^{er} avril, ce canal de distribution devrait se développer", poursuit Christian Rossi. Le transporteur devrait commencer par commercialiser ces tarifs auprès d'une vingtaine de grandes entreprises, via les grands réseaux d'agences de voyages. Pour séduire un peu plus la clientèle d'affaires, Lyria va par ailleurs améliorer son service à bord. À partir



Christian Rossi, directeur général de Lyria.

du 1^{er} mars, le transporteur proposera en partenariat avec la société suisse Elvetino, un service de restauration chaude et froide à la place en première classe, ainsi qu'un service de mini-bar. "Ceci devrait nous permettre de mieux différencier nos prestations d'une classe à l'autre, et proposer un meilleur service à nos clients de seconde classe qui auront un accès plus facile à la voiture-bar", conclut Christian Rossi.

Jean-Baptiste Héguay