



EPF Conference 2013

Basel, March 16th, 2013

Alain Barbey, CEO Lyria SAS



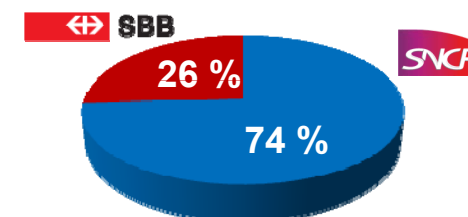
Lyria presentation – key dates

- **Lyria SAS**

- Société de droit français, appelée à devenir une EF à part entière
- Mission : développer et optimiser l'exploitation des lignes à Grande Vitesse entre la France et la Suisse, tant en termes de produit, de gestion commerciale, de production, de contrôle de la qualité, de maîtrise des coûts et d'initiatives de services et d'innovations.

- Dates clés :

Actionnariat :



- **2002**

- **Création de Lyria SAS**

- **2005**

- Intégration dans le périmètre Lyria de liaisons **Genève <> Paris**.

- **2007**

- Lancement de la ligne **Zurich/Bâle <> Paris**.

- **2010**

- Mise en service de la ligne du Haut-Bugey **Genève <> Paris en 3h05 – 3h20**
- Lancement des nouveaux services **Lyriapremière**

- **2011**

- Inauguration du nouveau tracé Rhin-Rhône, **Bâle <> Paris en 3h03* et Zurich <> Paris en 4h03***
- **Mise en circulation des nouvelles rames Euroduplex - 2N2**
- Mise en place du double accompagnement
- Renouvellement accord commercial SNCF/SBB pour 12 ans

- **2012**

- **Reprise des lignes vers les Sud de la France en direction de Marseille / Nice et Montpellier**
- **transfert de 19 rames dédiées Lyria**
- prolongation du Berne en direction d'Interlaken
- Nouveau TGV des neiges pour le Nord de la France sans passer par Paris; Lille <> Brigue avec correspondances directes pour Londres et Bruxelles et tarifs de bout en bout

TGV Lyria

Lyria presentation - Evolution

Contexte :

➤ Fort développement de Lyria ces dernières années :

- Ouverture de nouvelles lignes LGV (Rhin-Rhône)
- Modernisation / rénovation de tronçons (Haut Bugey, Jura)
- Mise en service de nouveaux matériel (rames Lyria, Euroduplex)
- Introduction de nouveaux services (Lyriapremière, presse, bar...)

- 
- *Réduction des temps de parcours*
 - *Augmentation des fréquences*
 - *Extension de l'offre*
 - *Amélioration du confort*

➤ Evolution dans un contexte d'économie de marché où des résultats de marge sont attendus

➤ Changement de culture : d'une orientation produit à une orientation clients

➤ Entrée sur des nouveaux marchés (snow train, Interlaken)

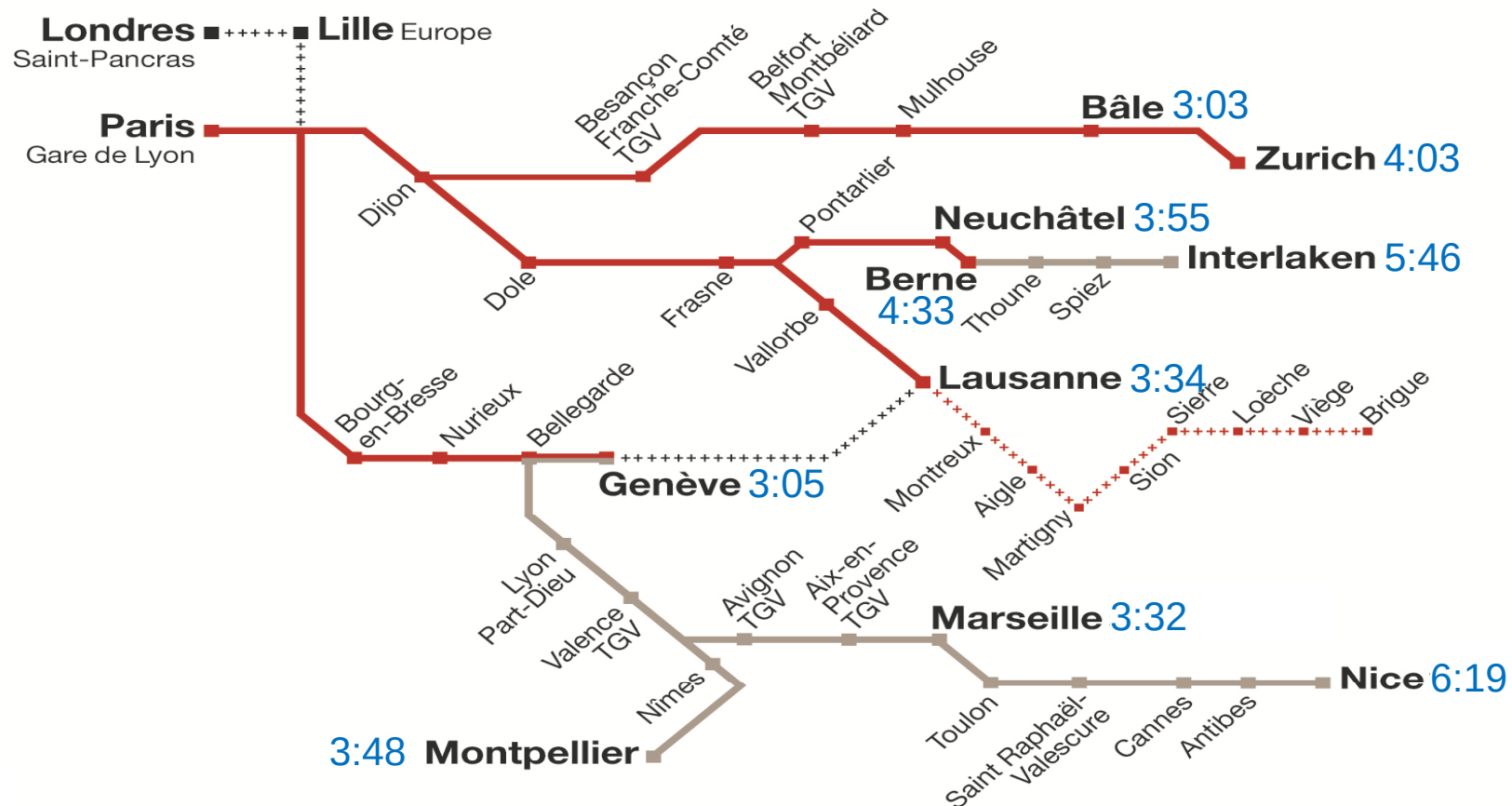
➤ Environnement ferroviaire complexe (mix international-domestique, voie unique, travaux, conflits de sillons, LGV)

➤ Explosion des coûts notamment des charges d'infrastructure (> de 30% en 3 ans)

➤ Concurrence toujours plus forte avec l'aérien sur Genève, Bâle ou Zürich et aussi des bus

➤ Complémentarité dans le système intermodal français et suisse et avec l'aérien

Lyria presentation - Network 2013



Carte du réseau TGV Lyria

- TGV Lyria
- - - - -■- - - - - TGV Lyria des Neiges
- **NOUVEAU** À partir du 09.12.2012
- - - - -■- - - - - **NOUVEAU** À partir du 22.12.2012

3:48 Meilleur temps de parcours depuis Paris
(depuis Genève pour Marseille, Montpellier
et Nice)

TGV Lyria

Lyria presentation – Fleet 2013

	Série	Mise en service	Parc Lyria	Places (1 ^{er} +2 ^e)
	Rame Lyria (ex TGV Pos)	2007	19	356
	TGV Duplex / Euroduplex 2N2	1995 2011	Loué	509
	TGV Sud-Est PSE	1984 1981	Abandonné loué GE	354 349

- Parc de matériel roulant homogène tricourant
- Duplex / 2N2 non autorisés sur Frasné – Lausanne
- Circulation en US ou UM, accroche péjore les temps de parcours

TGV Lyria

L'arrivée de la flotte Lyria



- **Lyria dispose dorénavant de sa propre flotte aux couleurs de la marque .**

C'est la naissance des « rames Lyria ».

- **Une nouvelle expérience de voyage sur Paris <> Lausanne/Berne et Paris <> Genève.**

Ces rames circulent pour la 1^{ère} fois sur ces axes.

- **En 2013 : le pelliculage extérieur continue, le confort à bord évolue, tous les intérieurs seront refaits**

Le service Lyriapremière



Service **inclus pour tous les passagers internationaux en 1^{ère} classe** sur les lignes entre Paris/Dijon et la Suisse.

- **Restauration à la place** (petit-déjeuner, déjeuner, diner ou collation)
 - Inclus dans le prix du billet



- **Presse quotidienne et magazines offerts**
 - En langue française, allemande et anglaise
- **Offre « Taxis réservés »** (réservation auprès du chef de bord)
 - Pour une arrivée facile à Paris, Marseille et Montpellier

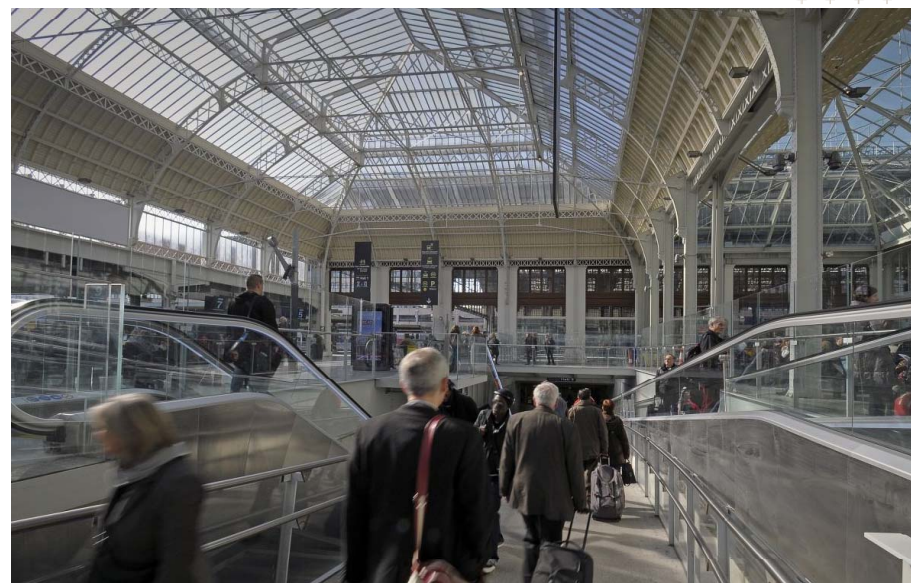


Le double accompagnement

- **Binôme franco-suisse** SNCF / CFF de bout en bout
- Equipes dédiées TGV Lyria
- Contrôle du **e-billet** par le chef de bord SNCF
- Contrôle du **print@home** par le chef de bord CFF
- **95%** des voyageurs sont satisfaits par le professionnalisme des chefs de bord



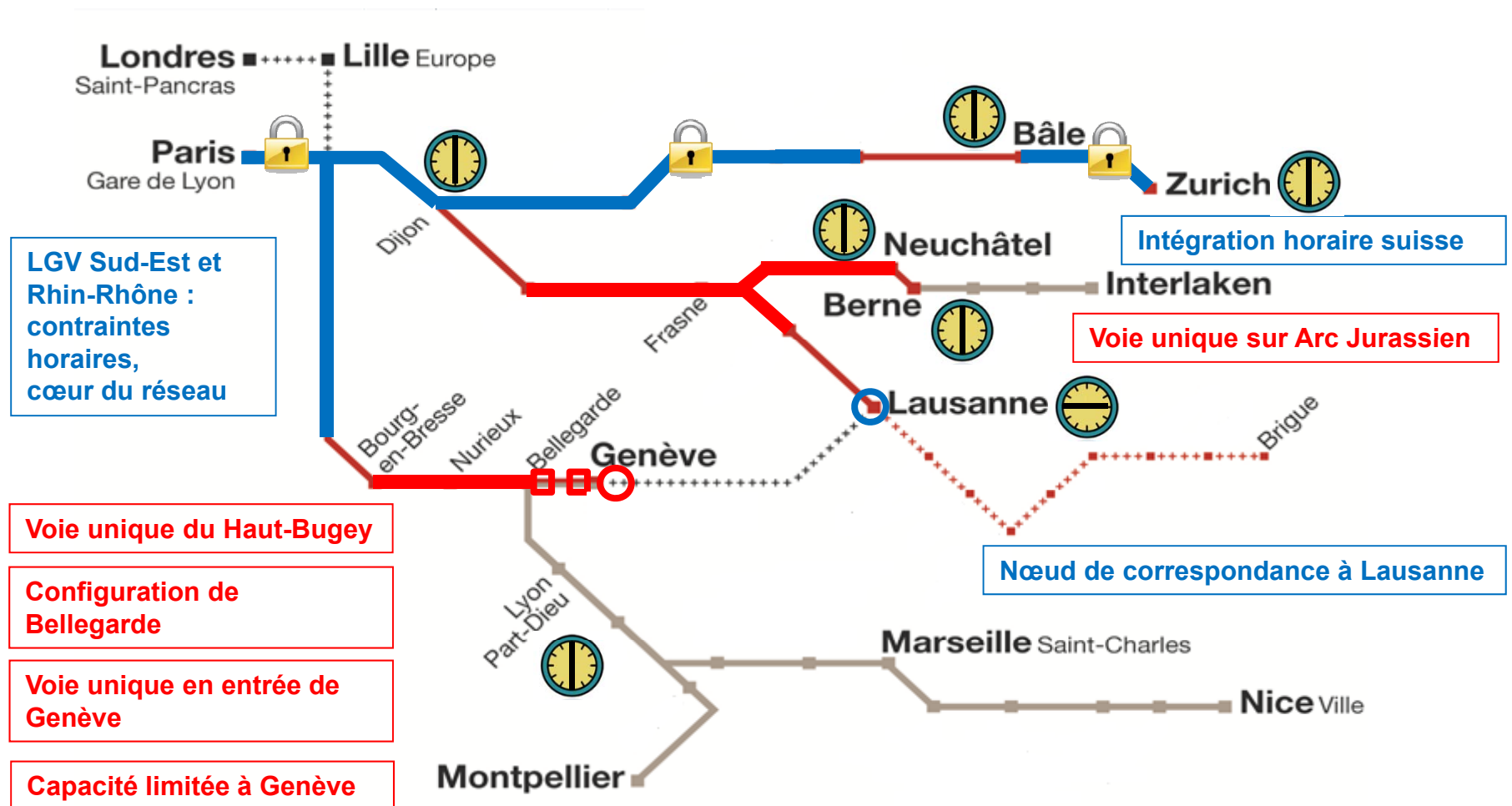
Services on ground



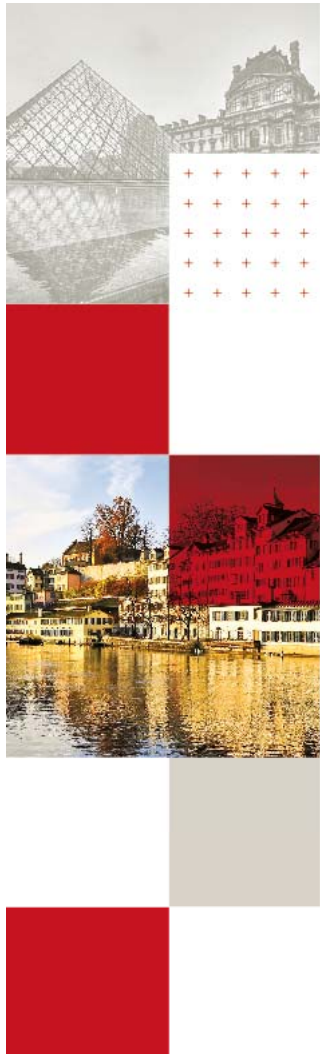
TGV Lyria

International timetable planning

- Contraintes **horaires** et **infrastructures** des réseaux français et suisse



Présentation de Lyria - Horaire 2013



Départs de Paris – Gare de Lyon vers :

11	Genève	3h05*	9 AR / jour ouvrable de base
58	Lausanne	3h34*	4 AR / jour ouvrable de base

RECHERCHER UNE COMPLEMENTARITE ARC LEMANIQUE

6		
7	11	
8	3	11
9	11	
10		
11	11	58
12	11	
13		
14		
15	11	58
16	11	
17		57**
18	11	
19	11	

* Meilleur temps de parcours

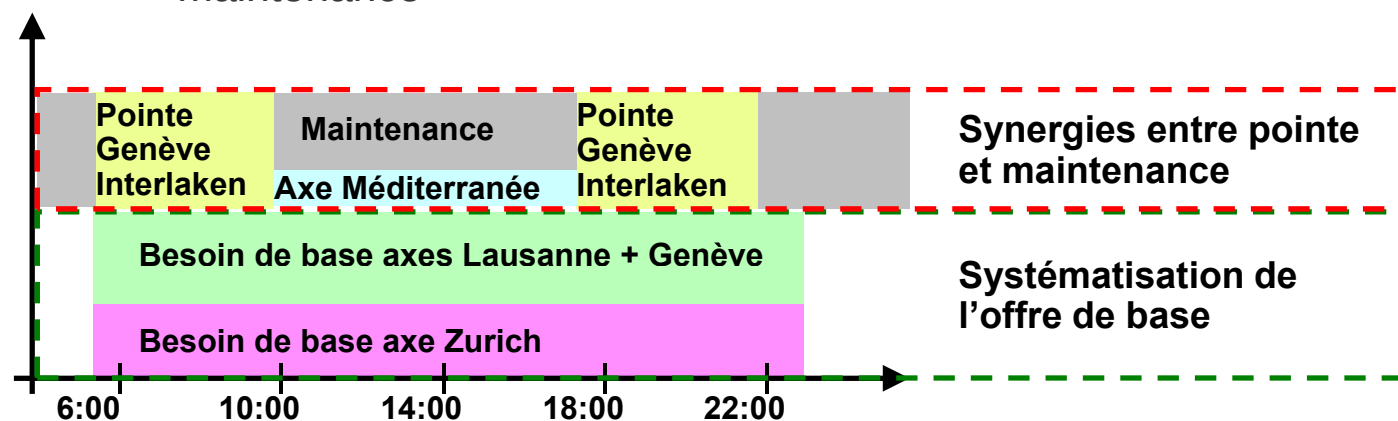
** Coupe-accroche vers Neuchâtel - Bern - Interlaken

TGV **Lyria**

Yearly Time Table Planning

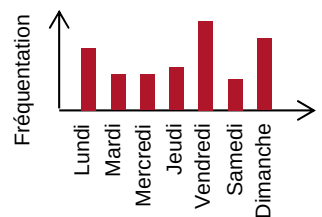
➤ General Principles :

- Systématisation of the reference offer
- Compromize between maintenance and commercial needs
- Look for efficiencies between axes and slots in Paris Gare de Lyon
- Look for synergies between peak periods, destinations and maintenance



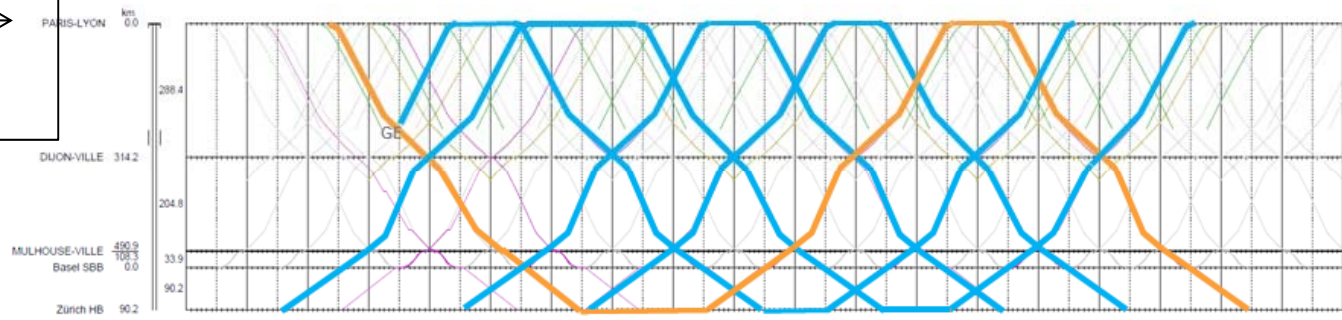
Yearly Time Table Planning

Example to show the variation during the week



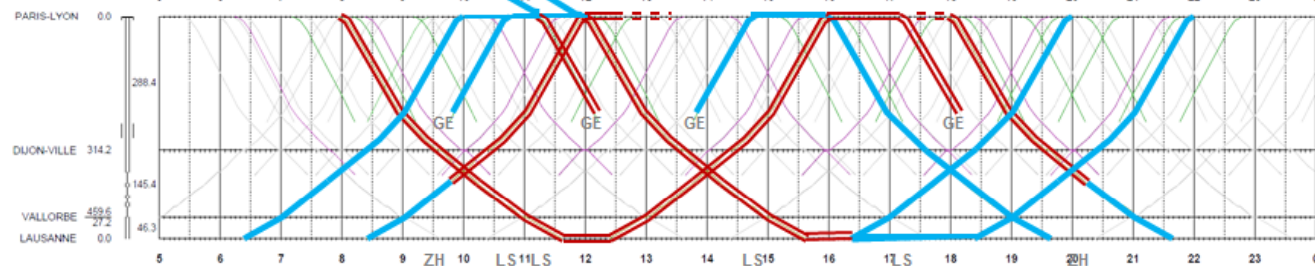
- Variations hebdomadaires : roulement le vendredi sur les 3 axes selon le type de composition en fonction des charges de trafic

Paris - Zurich

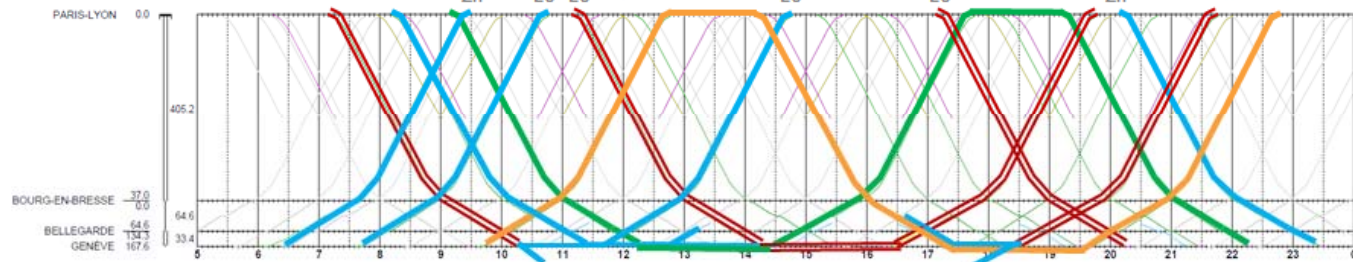


— 2N2
 — US POS
 — UM POS
 — PSE
 (puis POS)

Paris - Lausanne



Paris - Genève

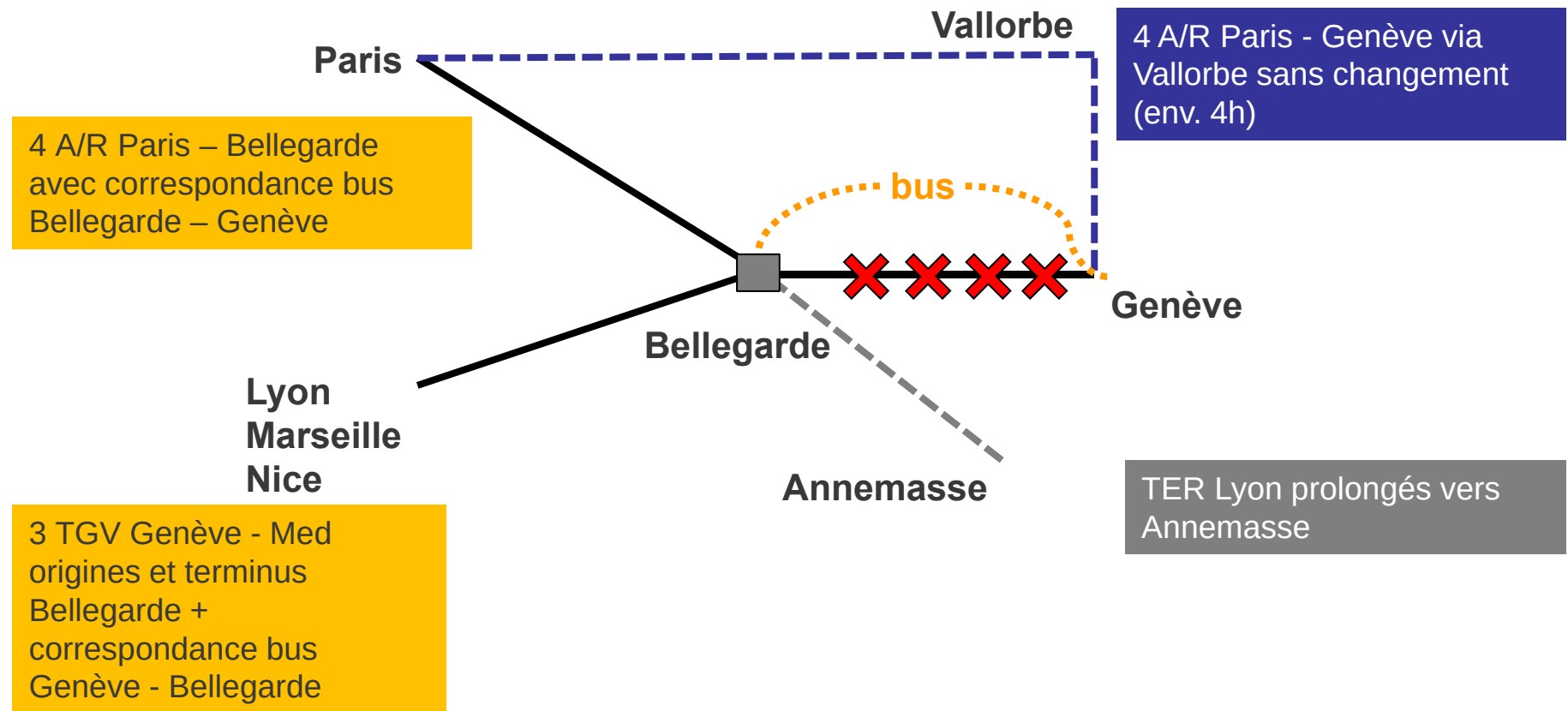


TGV Lyria

Yearly Time Table Planning

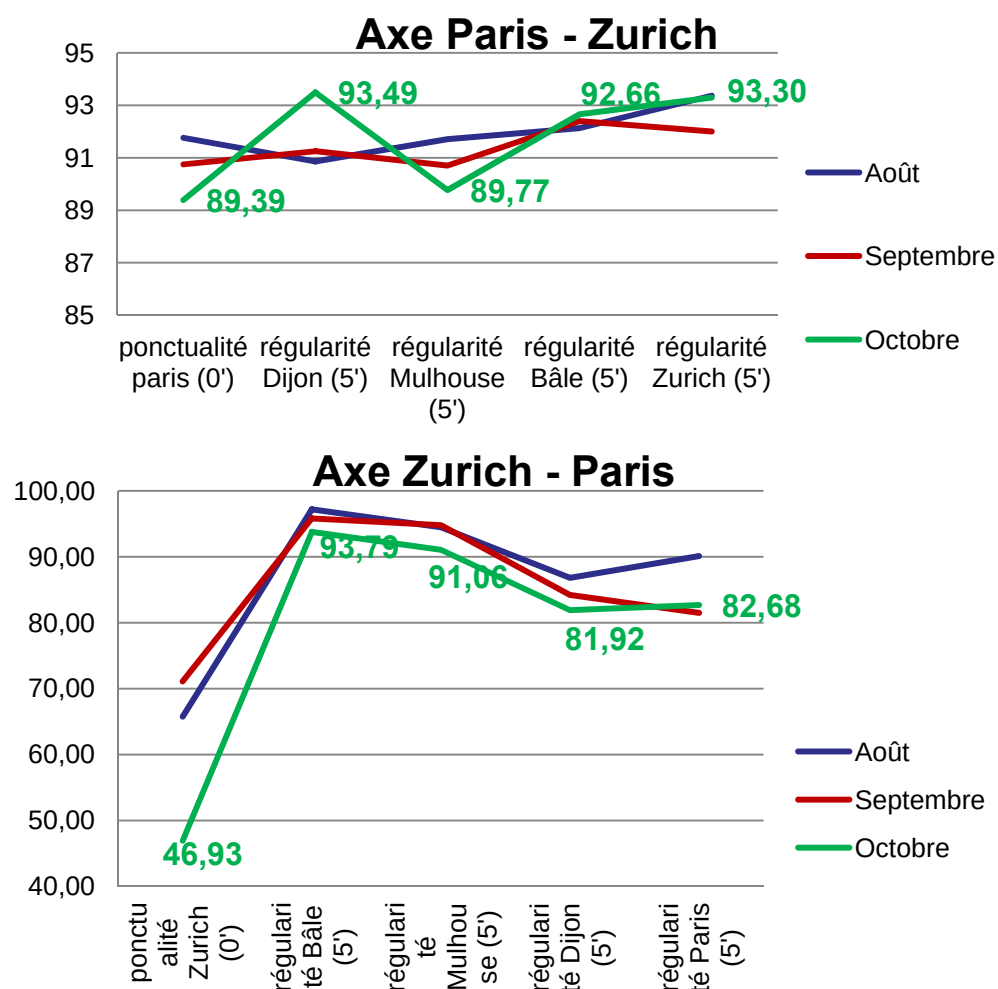
- One shot temporary event to be integrated such as in 2014 the major works between Genève and Bellegarde

Section Bellegarde – Genève will be closed during summer 2014 → Look for alternatives



Yearly Time table Planing

- Follow up on punctuality on the axe PARIS-ZURICH in 2012



Régularité Zürich (France + Suisse)

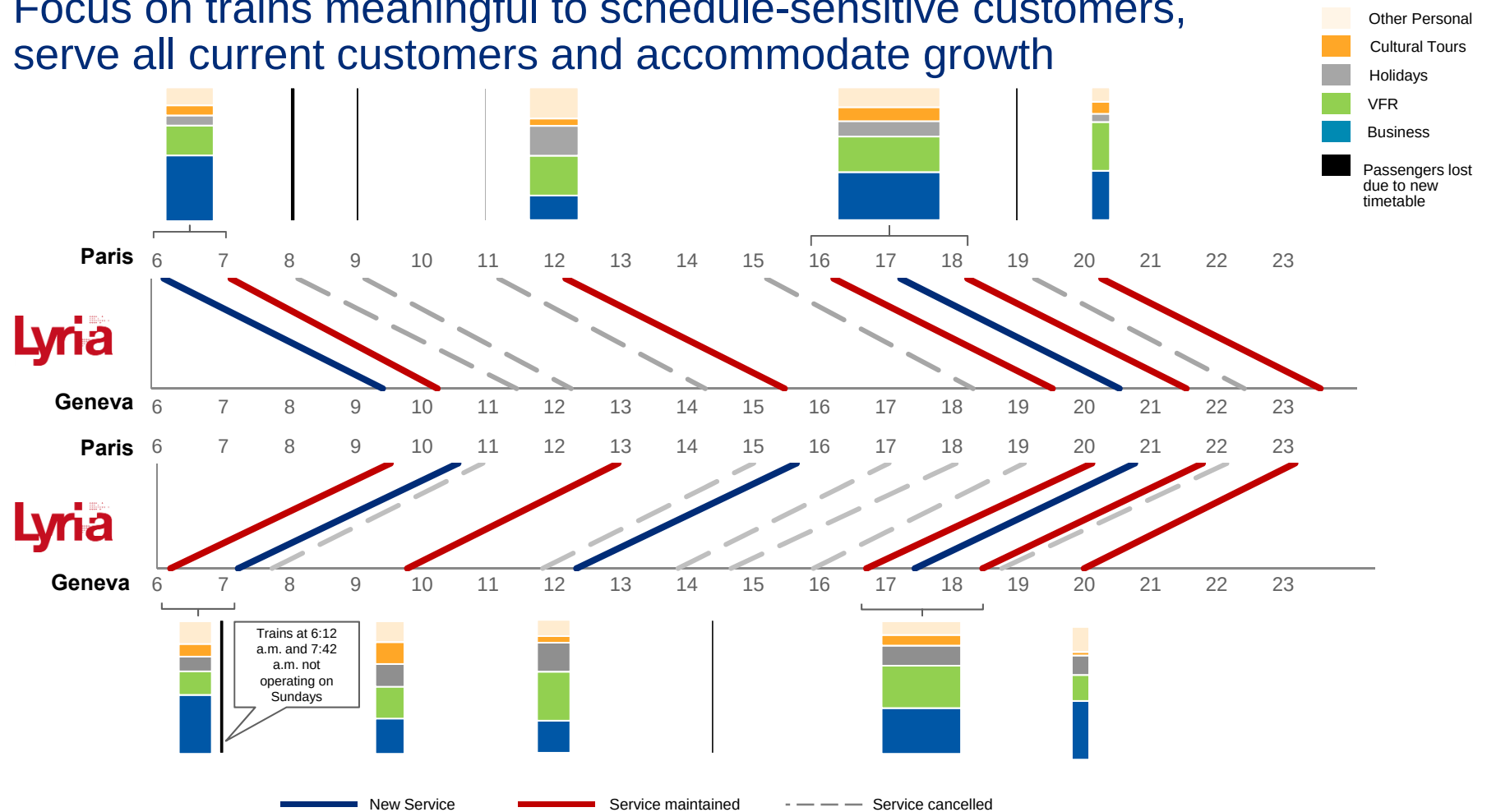
Période	Sens impair		Sens pair	
	Régularité à 5'	Régularité à 15'	Régularité à 5'	Régularité à 15'
Janvier	91,16	97,79	86,74	95,58
Février	77,65	91,76	72,19	88,76
Mars	82,32	93,92	79,78	93,82
Avril	78,36	87,13	77,65	92,94
Mai	86,59	91,62	86,19	96,13
Juin	80,11	88,64	81,60	93,25
Juillet	84,62	91,72	86,74	95,03
Août	93,37	95,58	90,11	98,35
Septembre	92,00	93,33	81,50	95,38
Octobre	93,30	94,41	82,68	93,85
Novembre				
Décembre				

Vision at 2-3 Years (Rhin-Rhone route)

- **We need to consider that we had 37% traffic increase since the opening of RR**
- First departure out of Paris to be postponed by one hour from 6:15 to 7:19
- Cancel the 08:23 departure from Paris (to close to 07:19)
- Activate a new departure at 12:23
- If and when positive decision taken, integrate deviation of Bern route
- Anticipate first dep. from Zürich – Basel in order to reach Paris by 9:30
- Arbitrate space separation between International and Domestic
- Monitor technical evolution of the lines RR or TGV Est

Vision at 2 - 5 years (example Geneva)

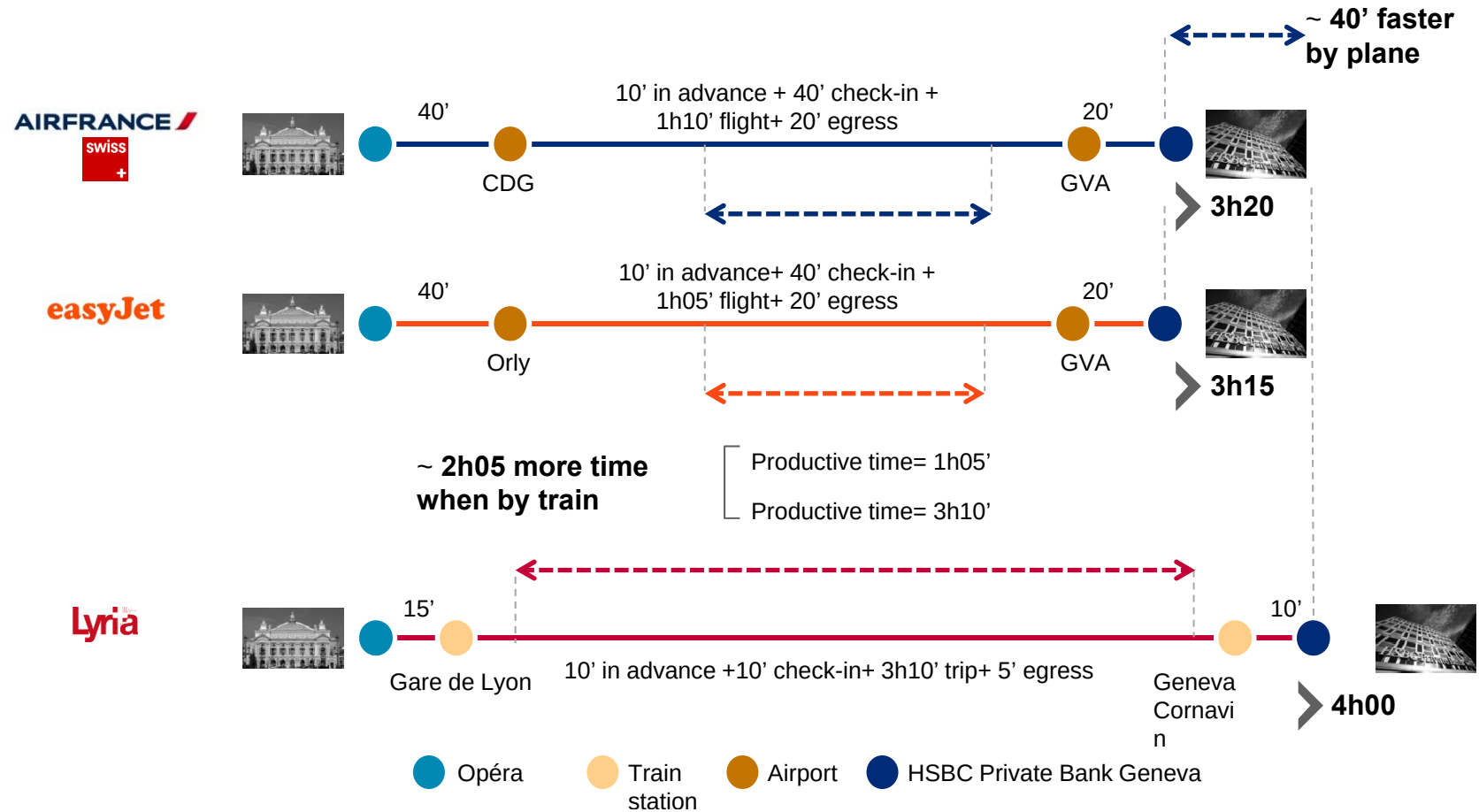
Focus on trains meaningful to schedule-sensitive customers, serve all current customers and accommodate growth



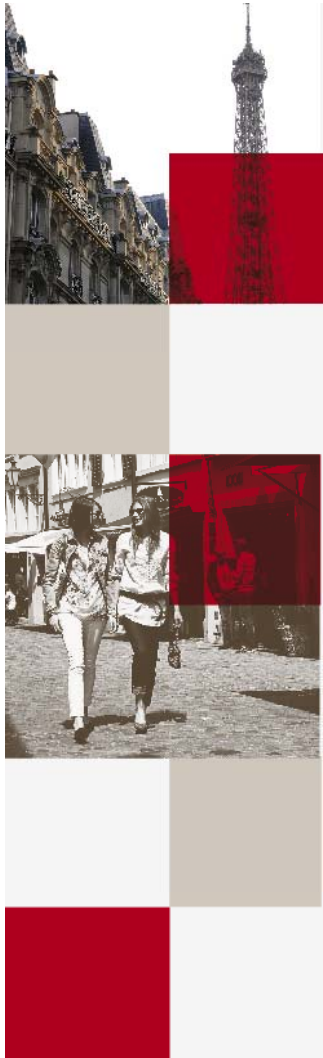
Distribution

Train ia is at a 40' door-to-door time disadvantage...but offers 2 more hours of productive time on board

Paris and Geneva, door-to-door for business travelers



Customer benefits of a mobile web strategy



A seamless and connected journey adapted to international clients' needs

- Facilitated and dematerialized cross-border ticketing and after sales
- Real time information during travel, as well as before and after (departure, connections) which include both countries' information (SNCF + SBB)

Seamless connections

- One device for different steps of the journey (taxi reservation, parking...)

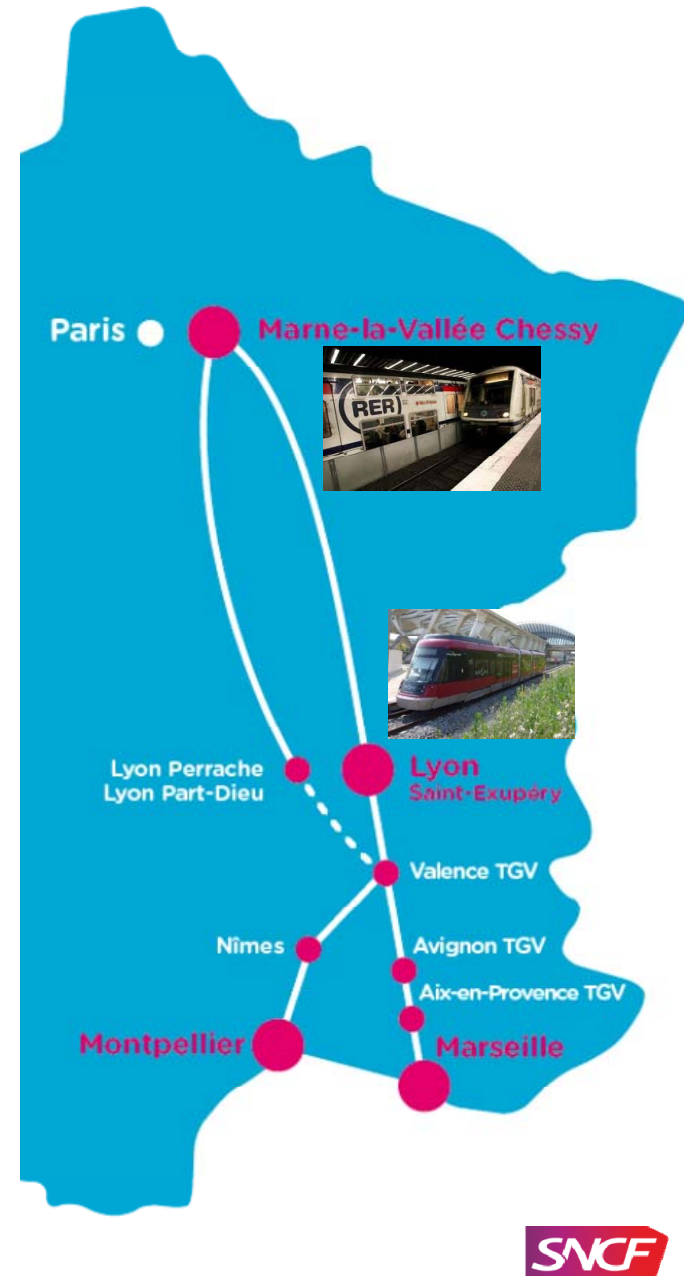
Direct relation to the carrier and content adapted to customer profile

- Direct information in adapted content (language, different profiles regarding travel needs for example Business/Leisure clients of frequent travelers)
- A direct relation to the carrier: feedback, news, promotions...
- Appreciation of loyalty (CRM)

→ creating mobile services that facilitate customers' travel chain, and strengthen their relation to the train operator.

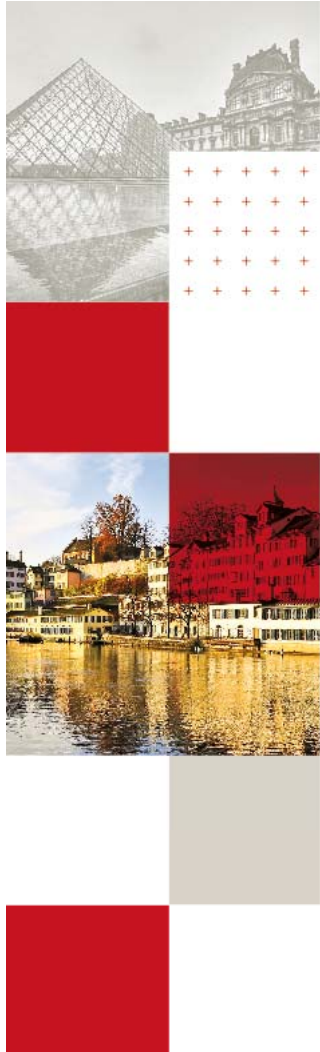
TGV OUIGO

- 62 weekly circulations
- 1268 passengers per car, single class
- Ticket from 10 €
- 25% of the places marketed with less than 25 €
- A new low cost experience that needs efficient transport conditions to reach the town centers.



Challenges of an international train operator

- ❑ Etre rentable dans un contexte d'économie de marché international ouvert où les clients ont le choix
- ❑ Une gamme tarifaire permettant compréhensible et à même d'optimiser notre « Revenue Management»
- ❑ des services innovants à vraie valeur ajoutée (on board, on ground) affichant des standards de type aérien (benchmark)
- ❑ Adapter les horaires aux besoins clients et à la disponibilité du parc, revoir si nécessaire les processus maintenance, plan de roulement, jours d'opération
- ❑ Atteindre des taux de remplissage à l'international (60%) qui permettent de couvrir nos coûts notamment sur des trajets où l'impact coûts infrastructure est très élevé, complété avec du domestique (breakeven ~72% slf).
- ❑ Présence dans les systèmes de distribution ww indiquant le temps de voyage « door to door » et le temps, utile afin d'être compétitif face à l'aérien
- ❑ Communication pointue tous canaux afin d'accroître visibilité et notoriété. Une offre sans communication n'a pas de chance de succès
- ❑ Importance de respecter la ponctualité et l'insertion dans les nœuds de correspondance en Suisse



Conclusions

L'offre devra évoluer plus rapidement même si très contrainte :

- Intégration des sillons dans les réseaux français et suisse
- Evolution lente des ressources matériel et sillons
- **Réactions politiques et voyageurs si évolutions des arrêts et dessertes**

Il faut anticiper les évolutions de l'offre :

- Intégrer les besoins de la clientèle
- Etudier la concurrence et l'élasticité prix
- Vision et positionnement clairs
- Volonté, patience
- Intégrer les évolutions tenant compte des contraintes des sillons cadencés

Il faut rechercher des solutions innovantes :

- Mise en UM, roulement, plage d'entretien, personnel
- Synergies avec des tiers, code share, through fare, alliances ?
- Sortir des schémas, audace
- Faire évoluer les services et la distribution

Thank you for your attention



TGV Lyria