

## « LA MOBILITÉ TOURISTIQUE AVEC MOB » Manifestation du groupe régional ACTP Suisse romande / Valais

« LA MOBILITÉ TOURISTIQUE AVEC GOLDENPASS », tel est le titre de l'exposé de Hans-Ruedi Gerber, directeur marketing de MOB. Le groupe régional ACTP Suisse romande / Valais invitait à cette occasion le 30 janvier 2019 à Lausanne.

# MOB

COMPAGNIE DU CHEMIN DE FER  
MONTREUX OBERLAND BERNOIS

Environ 30 invités se sont rendus pour l'occasion à l'Hôtel Alpha Palmier à Lausanne. Après un bref accueil et l'introduction du Président du groupe régional, Michel Mermoud, Hans-Ruedi Gerber s'est d'abord présenté. Il surprit l'auditoire lorsqu'il raconta que, conformément à la tradition familiale, il est d'abord devenu maître charcutier. C'est par plusieurs détours qu'il est ensuite arrivé à la Compagnie du chemin de fer Montreux Oberland bernois

et que, comme membre de la direction, il dirige aujourd'hui le marketing qui se voit confronté à de nombreux défis.

MOB s'est établie en exploitant la GoldenPassLine de Montreux en passant par Gstaad, Zweisimmen, Interlaken à Lucerne. Mais la commercialisation continue avec des voitures au design homogène de couleur dorée devait lutter contre la faiblesse du changement imposé au au voyageur à Zweisimmen: fin de la voie étroite de MOB, début de la voie normale du BLS. MOB chercha une solution et présenta finalement le prototype d'un bogie adaptable à l'écartement des voies pour les wagons panoramiques. En avril 2011, la Confédération et les cantons impliqués acceptèrent de financer les dispositifs d'écartement des voies nécessaires. Dans une première phase, des trains Montreux-Spiez toutes les 2 heures doivent constituer une liaison sans changement, quelques trains devant aller jusqu'à Interlaken.

### Chiffres clés MOB

Ce n'est pas sans fierté que H.-R. Gerber a présenté ensuite quelques chiffres de MOB :

Avec 450 salariés, 3,5 Mio. de voyageurs ont été transportés l'année dernière et un chiffre d'affaires de 85 Mio. CHF réalisé sur le réseau ferroviaire qui s'étend sur les 3 cantons de Vaud, Fribourg et Berne.

Les voyageurs individuels viennent pour 60% de Suisse, 11% de France, 6% des USA, 4% de Corée, 3% respectivement du Brésil et d'Allemagne.



Avec les réservations de groupes, c'est un peu différent : ici, 55% viennent de Suisse, 18% de Chine, 8% d'Allemagne, 6% de Taiwan et 4% des USA.

Afin d'amener cette grande part de voyageurs internationaux sur MOB, la compagnie a développé un réseau de distribution international, en partie en coopération avec des partenaires. Il existe par exemple 4 représentants en Asie grâce à une coopération avec le Château de Chillon, Glacier 3000, CGN & Musée Olympic

Il existe d'autres représentations pour l'Allemagne et les Etats du Bénélux. MOB s'occupe elle-même de l'important marché français.

### Les défis du futur pour MOB

La prochaine grande étape sera l'introduction du **changement d'écartement des essieux de voie étroite à voie normale à Zweisimmen**, prévu pour le changement d'horaires fin 2020. A l'occasion d'une conférence de presse en 2019, les nouvelles motrices de Stadler (Abe4/4 und Be4/4) seront présentées dans leurs nouvelles couleurs blanc/bleu foncé et avec le nouveau logo.

L'extension de l'offre avec 4 liaisons quotidiennes directes et une capacité de 1 600 places par jour vers Interlaken sera commercialisée en conséquence. « Du Lac Léman au lac de Thoune le même jour » à travers une nature magnifique..

En accompagnement, le marketing interne fonctionne déjà maintenant avec des manifestations d'information pour les salariés.

La prochaine étape, **la réouverture de la ligne sur les Rochers-de-Naye** en 2026, est déjà planifiée. Les investissements nécessaires sont estimés à 118 Mio. CHF.

Vous trouverez la présentation de Hans-Ruedi Gerber lors de la manifestation sur le site :

<https://www.kvoev.ch/fr/manifestations/archive-galerie-de-fotos>.