

À : Conseil d'administration de Metrolinx

Expéditeur : Kathy Haley
Présidente, Union Pearson Express

Date : Le 25 juin 2015

Objet : Rapport trimestriel du Conseil d'administration d'UP Express

RECOMMANDATION

Pour distribution aux fins d'information

FAITS SAILLANTS IMPORTANTS

Le 6 juin 2015, Metrolinx a lancé avec succès le premier lien air-rail en Amérique du Nord : Union Pearson Express (UP Express). Livré à temps et selon le budget, UP Express représente une réalisation importante pour Metrolinx. En effet, dès la première semaine de service, 3 250 clients en moyenne ont pris le train quotidiennement, ce qui correspond aux prévisions d'achalandage. Le jour du lancement (samedi 6 juin 2015), UP Express a d'ailleurs transporté le double de passagers (plus de 6 000) en raison des activités promotionnelles. De plus, toujours lors de la première semaine de service, UP Express a effectué 1 407 trajets sur 1 422 selon l'horaire prévu, ce qui correspond à un rendement de 98,9 % quant au respect de l'horaire.

Au cours du dernier trimestre, la construction aux quatre gares du réseau a fait l'objet d'importants progrès en vue du lancement, dont l'aménagement de la technologie et de l'essai du système.

Avant le lancement, 17 des 18 voitures ont été livrées, testées, mises en service et pleinement approuvées par Metrolinx. En mai, le personnel a procédé à des tests intensifs sur les voies et dans l'ensemble du réseau pour assurer la sécurité des voitures et leur utilisation en service commercial. Ces tests ont également permis d'évaluer l'expérience client de bout en bout. Aucun problème de sécurité majeur n'a été décelé et tous les points soulevés sont en voie d'être réglés.

Les principaux éléments technologiques ont été achevés pour le 6 juin. Ils comprenaient entre autres choses la billetterie, le site Web d'UP Express, les écrans d'info-divertissement à bord des trains, le réseau Wi-Fi aux gares et à bord des trains, le système de gestion de l'affichage et le système de gestion des communications avec les clients.

Une stratégie de commercialisation ciblée a été déployée avant le 6 juin en vue d'accroître la connaissance du réseau, de créer de l'enthousiasme à propos du lancement et de stimuler la vente des billets. Cette stratégie comprenait une nouvelle campagne de publicité, une présence accrue sur les médias sociaux, des visites stratégiques avec les médias (locaux et internationaux) et une stratégie de vente. En outre, la toute première édition du magazine à bord a été publiée en mai.

MISES À JOUR DES PROJETS

Infrastructure d'immobilisations

Au cours du dernier trimestre, divers éléments technologiques ont été installés et testés à la gare Pearson, y compris les écrans d'affichage, le réseau Wi-Fi, le système de télévision en circuit fermé, les distributeurs automatiques de billets et les appareils d'ajout de fonds PRESTO. Des meubles et les panneaux de signalisation ont également été installés à la gare. L'équipe d'exploitation UP a pris la responsabilité de la gare Pearson dès le 21 avril 2015.

Les activités de construction à la gare Union ont aussi grandement avancé pendant le dernier trimestre : les travaux de menuiserie ont pris fin, le plafond de verre ainsi que les panneaux de signalisation à l'intérieur et à l'extérieur ont été installés, l'ascenseur a été vérifié et les éléments technologiques ont été installés et testés. Les partenaires de vente au détail, Drake et Balzac's, ont emménagé dans leurs locaux en mai et ont été ouverts pendant les événements précédant le lancement à la gare Union. L'équipe d'exploitation UP Express a pris possession des quais de la gare Union le 17 avril.

Les gares de Bloor et de Weston ont été opérationnelles et prêtes avant le lancement.

La plupart des travaux sur les voies ont été achevés au cours du trimestre, à savoir la libération, le nivellement et l'ajustement des voies ainsi que la mise en service de la signalisation. Ces travaux étaient essentiels à la simulation du service commercial avant le lancement. Tous les travaux requis sur les voies sont maintenant terminés et les trains roulent à leur pleine vitesse.

Une tendance positive se dessine quant au respect de l'horaire. Au cours de la première semaine d'exploitation (du 6 au 14 juin 2015), 1 407 trajets sur 1 422 ont eu lieu à temps, ce qui donne un rendement moyen de 98,9 % quant au respect de l'horaire pour cette période.

Technologie

Tous les principaux éléments technologiques ont été achevés pour le 6 juin, notamment la billetterie (distributeurs automatiques de billets, appareils aux postes de service, système de validation et appareils d'ajout de fonds PRESTO), le site Web UP Express (avec billetterie mobile ou électronique intégrée), les écrans d'info-divertissement à bord des trains, le réseau Wi-Fi aux gares et à bord des trains, le système de gestion de l'affichage, les écrans d'information sur les vols et le système de gestion des communications avec les clients. Des kiosques d'enregistrement de transporteurs aériens ont en outre été installés à la gare Union, ce qui permet aux clients d'obtenir leur carte d'embarquement et les étiquettes de bagage avec Air Canada et WestJet. Le succès de la mise en place des éléments technologiques a nécessité des centaines d'heures d'essai et de mise en service lors de la période de simulation du service commercial avant le lancement.

Au cours du dernier trimestre, les intervenants internes ont participé au développement et à la révision du contenu définitif du site Web UP Express, qui a été lancé avec succès le 30 mai. Depuis le lancement du site, plus de 120 000 personnes ont visité le site, ce qui représente une augmentation de 50 % du trafic sur le site par rapport au trafic sur le site Web sur le projet. Le site Web fournit de l'information sur le service, mais sert surtout à permettre aux clients d'acheter des billets. Dans la première semaine de service, environ 2 000 clients ont acheté des billets en ligne.

Opérations

Avant le lancement, un programme de tests intensifs et de mise en service a été mis en œuvre pour garantir que les trains, les voies et les gares seraient pleinement opérationnels pour le 6 juin. Le 11 mai, les travaux sur les voies et un changement dans l'horaire des trains de GO Transit ont permis à UP Express d'entamer la simulation du service commercial toute la journée (toutes les 15 minutes pendant 19 heures et demie par jour).

En plus des tests opérationnels, d'autres tests ont été effectués pour évaluer l'expérience client de bout en bout. Avant le lancement, plus de 26 tests ont été effectués et ont été suivis d'analyses et de corrections, s'il y a lieu. Le plus grand test a été celui d'une évacuation de 53 clients d'un train à trois voitures à l'embranchement. Les équipes d'exploitation ferroviaire d'UP Express et de GO, le Centre de commande de GO Transit, l'équipe d'exploitation des autobus de GO ainsi que les services d'urgence et d'incendie de Mississauga et de la RGTH ont participé à cet exercice d'évacuation. Aucun problème de sécurité majeur n'a été décelé lors du test et tous les points soulevés ou non résolus sont en voie d'être réglés.

Les réunions quotidiennes avec le personnel des équipes d'exploitation (y compris les représentants des équipes d'exploitation UP et d'exploitation ferroviaire de GO, du Centre de commande de GO Transit, du centre de contrôle de la circulation ferroviaire, du Toronto Terminal Railway, des équipes responsables de l'information et de la technologie de l'information, de l'infrastructure d'immobilisations, des systèmes tarifaires, des corridors ferroviaires, du génie de l'équipement ferroviaire, de l'entretien du parc ferroviaire et des installations, de l'entretien par Bombardier et du service à la clientèle) ont eu lieu pour cerner les points au cours de la période de simulation du service et voir à la résolution rapide en temps réel. Ces réunions quotidiennes se poursuivent à l'étape opérationnelle du programme afin que la sécurité ainsi que la gestion du rendement et la fiabilité demeurent la priorité.

Dans les trois premiers jours de service, le centre d'appels a reçu une moyenne de 61 appels et un total de 43 commentaires par voie électronique sur UP Express. La majorité des appels ont porté sur l'obtention de renseignements sur le service (21 %), sur le soutien à la billetterie en ligne (21 %) et sur les tarifs (21 %). Un sondage sur les premières impressions a également été réalisé. La majorité des répondants (78 %) ont indiqué qu'ils étaient « très satisfaits » de leur expérience avec UP Express, et 87 % ont déclaré « très probable » le fait de recommander le service aux autres.

Développement commercial

En décembre, la Banque CIBC est devenue le premier partenaire fondateur à signer un accord avec UP Express. Au cours du dernier trimestre, les trois autres partenaires fondateurs (Cisco, Rogers et Deloitte) ont également signé un accord en vue de proposer des occasions de commercialisation à valeur ajoutée. En effet, le 27 mars, Deloitte est devenu le partenaire fondateur d'UP Express dans la catégorie des services professionnels. Deloitte contribuera à soutenir des services d'analytique et d'innovation

pour optimiser l'expérience UP Express. Le 9 avril, ce fut au tour de Cisco de devenir un partenaire fondateur d'UP Express dans la catégorie des technologies. Cisco fournira des occasions de connexion à bord des trains et aux gares UP Express. Et le 16 avril, Rogers est devenu le partenaire fondateur d'UP Express dans la catégorie des télécommunications; l'entreprise facilitera la transmission des nouvelles en direct et assurera un soutien en télécommunications. Les partenaires fondateurs exploiteront des occasions de contenu médiatique uniques aux gares d'UP Express et à bord des trains, ce qui comprend le magazine à bord, les écrans numériques et statiques à usages multiples, les murs multimédias, le circuit vidéo d'info-divertissement à bord et le site Web.

Le Drake General Store et Mill Street se sont joints au café Balzac's à titre de partenaires de vente au détail d'UP Express les 4 mars et 10 avril respectivement. Le Drake General Store et Balzac's ont emménagé dans leurs locaux neufs au mois de mai; ils sont maintenant ouverts et accueillent les clients à la gare Union. Mill Street exploitera un bar au bar-salon UPstairs de la Banque CIBC au niveau de la mezzanine de la gare Union. L'endroit devrait être terminé en juillet, à temps pour les Jeux panaméricains.

Par ailleurs, UP Express s'emploie à accroître l'achalandage et les ventes en travaillant avec les entreprises locales et internationales dont un très grand nombre d'employés font la navette entre le centre-ville et l'aéroport. -

Marketing

La campagne publicitaire précédant le lancement, qui a débuté en janvier, s'est poursuivie au dernier trimestre et a inclus deux publicités payées dans le Toronto Star et le Globe and Mail les 18 et 22 avril respectivement. Plusieurs événements et visites ont également eu lieu en avril et en mai pour faire davantage connaître le service et créer de l'enthousiasme avant le lancement. L'annonce de la date de lancement par la première ministre le 22 avril a constitué le premier événement public lié à UP Express. Les événements ultérieurs ont inclus des visites du réseau en compagnie des médias locaux et internationaux, des événements organisés par nos partenaires et des journées de reconnaissance à l'intention des employés et des fournisseurs. La campagne de publicité du lancement, qui a eu pour thème *UP and Running/En route avec UP*, a débuté en juin pour faire connaître davantage l'arrivée du service et stimuler les revenus liés à l'achalandage.

Le premier numéro du magazine à bord *On the UP*, publié en mai, fournit de l'information sur UP Express, raconte l'histoire de quartiers et de restaurants locaux et renseigne les passagers sur les événements à Toronto. Le magazine inclut des actifs de publicité, lesquels assureront des recettes autres que de la vente de billets pour UP Express. Environ 30 000 exemplaires seront disponibles à bord des trains ainsi qu'à certains centres du tourisme.

Le lancement d'UP Express a généré 456 mentions et plus de 110 millions d'impressions dans les médias, soit plus que le triple des impressions générées à l'annonce des tarifs en décembre et le double de la moyenne mensuelle de toutes les divisions de Metrolinx. Ces impressions d'audience ont été positives ou neutres dans 96 % des cas. Dans les médias sociaux, @UPExpress a fait l'objet d'une brève tendance au Canada le samedi matin du

lancement et toute la journée à Toronto. Plus de 2 400 personnes ont parlé d'UP Express et 33 millions de personnes ont vu les micromessages sur le service.

Le 21 mai, UP Express a reçu trois prix de la Global Alliance Air Rail : le prix Projet Travelport de l'année pour l'excellence globale du projet, le prix Partenariat AccesRail intégré pour le programme de partenariat stratégique et un prix de leadership.

Le tout respectueusement soumis,

Kathy Haley
Présidente, UP Express