

**À :** Conseil d'administration de Metrolinx

**De :** Mark Childs  
*Chef du marketing*

**Date :** 29 juin 2023

**Objet :** Mise à jour trimestrielle de la division du marketing

---

### **Résumé**

Au premier trimestre, l'équipe de Marketing a continué de mettre l'accent sur la reprise grâce à des partenariats nouveaux et novateurs avec des programmes d'affaires et de loisirs qui appuient la croissance de l'achalandage et la demande. Les dernières semaines ont fait état d'un nouveau jalon de 72 % de la récupération de l'achalandage de GO Transit, le plus élevé depuis la période d'avant la pandémie.

Nous avons continué d'élargir les options de restauration pour nos clients. Récemment, nous nous sommes associés à Fleets Coffee pour offrir des services de restauration mobiles à nos passagers pour l'été à la gare GO d'Aurora.

En outre, nous continuons à déployer des distributeurs automatiques dans l'ensemble de notre réseau, avec 88 machines offrant des collations rapides, des boissons, des produits de santé et de beauté et des produits de voyage. Les nouveaux distributeurs automatiques *Chatr* sont situés à la station d'autobus de la gare Union, à la gare UP Express, à la gare GO d'Oshawa, à la gare GO de Bramalea et à la gare GO de Pickering. Notre partenariat avec Purolator continue de s'étendre avec l'ajout récent des cassiers à colis à la gare GO de Cooksville afin de permettre aux clients de ramasser et de déposer des colis en toute sécurité.

Le 9 mars, nous avons mis en place une activation spéciale pour les congés de mars sur le quai d'UP Pearson, offrant aux voyageurs une sélection d'activités divertissantes et la chance de remporter des accessoires de voyage (p. ex. des masques de sommeil, des étiquettes intelligentes, etc.).

En mai, la satisfaction de la clientèle d'UP a atteint 86 %, en raison d'un service plus fréquent à nos clients et de l'incidence positive que cela a eue sur les perceptions de la congestion. Des changements importants ont été apportés au service GO en avril, notamment l'ajout d'un service de fin de semaine sur la ligne Kitchener et le remplacement du service ferroviaire par un service d'autobus le long des corridors de Barrie et de Stouffville. En mai, le taux de satisfaction de la clientèle de GO Transit était de 84 %.

## **Rendement de l'achalandage**

En avril, le taux de récupération de l'achalandage des trains et autobus GO Transit était de 63,4 %. Nous poursuivons notre communication et nos promotions de marque afin d'offrir aux jeunes, aux étudiants, aux navetteurs de retour et aux clients d'affaires des raisons pratiques et excitantes de choisir GO, UP et PRESTO pour leurs déplacements lors d'événements et de visites touristiques dans la région.

Pour UP Express, le taux d'achalandage est passé de 62,7 % en mars à 76 % en avril. Cela s'est appuyé sur l'augmentation de la fréquence UP Express à 15 minutes de service toute la journée, ce qui a entraîné une augmentation de 25 % du nombre d'utilisateurs les fins de semaine et une augmentation de 18 % en cours de semaine (mois sur mois).

Nous continuons de répondre à la demande croissante des clients pour les voyages de fin de semaine et de loisirs en permettant aux clients de GO Transit de se rendre à des destinations prisées telles que Niagara Falls, ainsi que d'assister à des événements majeurs tels que le Salon international de l'auto du Canada et le Toronto Comicon. Dans le cadre de ces initiatives, nous avons établi des partenariats stratégiques et offert des billets combo ainsi que plus de 4 500 rachats PRESTO Avantages.

À l'appui de notre rayonnement multiculturel continu en 9 langues, notre campagne GO Eid, qui s'est déroulée du 14 au 27 avril, a connu une grande activité, générant 3,7 millions d'impressions et, en mai, nous sommes également retournés à la Journée des nouveaux arrivants de Toronto.

Les listes de partenariats de PRESTO Avantages continuent de croître avec 49 PRESTO Avantages, notamment des partenariats dans les industries de l'alimentation, de la santé et du bien-être. Metrolinx s'est associé à Power Yoga Canada pour offrir aux clients 15 % de rabais sur les forfaits simples ou de classe. Metrolinx s'est également associé avec Mikey's Smash Burger et Amano Italian Kitchen à la gare Union où les clients peuvent recevoir 20 % de réduction sur tous leurs repas.

## **Expérience client et développement commercial**

Le 11 avril, Budweiser a parrainé le transport en commun gratuit sur GO Transit et UP Express, de 21 h jusqu'à la fin du service pour célébrer le match d'ouverture à domicile des Blue Jays. Les clients ont eu une expérience positive avec les marques Budweiser, GO Transit, UP Express et Blue Jays. Le sentiment des médias a été extrêmement positif et l'histoire a été reprise par 41 organes de presse avec une portée de 20 millions de personnes.

Le lancement progressif du nouveau site GOtransit.com a permis aux clients de fournir des commentaires. Le 11 mai, il a été entièrement déployé, et nous voyons déjà d'excellents retours de clients et des résultats préliminaires. Les séances sur place ont augmenté de 15 % et le taux d'intention de rouler a augmenté à 63 % (contre un taux de référence de 47 %).

GO Wi-Fi Plus a été amélioré afin d'offrir un accès plus facile et fiable à l'Internet et à notre portail de divertissement. Tous les utilisateurs reçoivent maintenant des données gratuites de 200 Mo et nous avons récemment lancé du contenu de qualité, notamment des films à succès et des émissions de télévision très médiatisées.

Nous continuons d'inviter les clients à se joindre à de nombreux festivals et événements communautaires dans les gares et les stationnements locaux de GO Transit, y compris le retour du Festival de restauration halal dans les gares GO de Milton et de Dixie, et deux autres sont prévus en juin dans les gares GO d'Ajax et de Bramalea. Nous avons également établi un partenariat avec Eats Theme Park Events à la gare GO de Dixie.

Alors que l'été approche, nous maintenons notre encouragement à l'égard de nos clients pour qu'ils utilisent le nouveau site GOtransit.com afin de planifier leurs voyages avec nous. De cette manière, ils pourront profiter d'une multitude d'événements tant nouveaux que récurrents, tout en bénéficiant d'un accès facile aux différentes destinations de la région.

Respectueusement soumis,

Mark Childs  
*Chef du marketing*