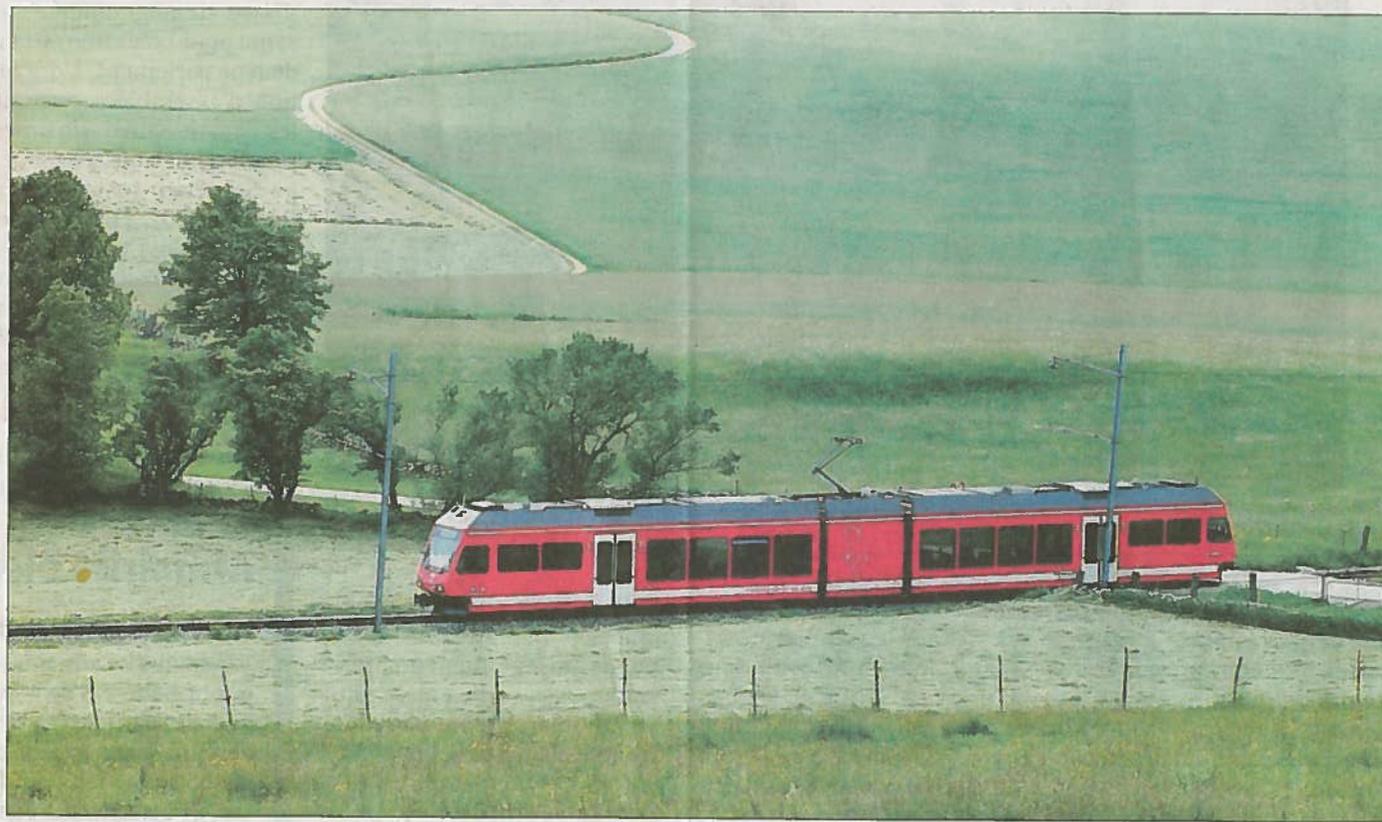


# Les CJ et leur rôle touristique: se repositionner pour se développer

► **Les Chemins de fer du Jura (CJ)** ont effectué, d'août 2012 à février 2013, une étude auprès de leur clientèle, afin de mieux la connaître, mieux cerner ses habitudes de mobilité en termes de fréquence et de raisons d'utilisation du réseau, et enfin de mesurer l'image de la compagnie.

► **Il en est ressorti**, entre autres, que l'utilisation du réseau à des fins touristiques et de loisirs était importante.

► **C'est sur cette base que la compagnie** a décidé de revoir sa stratégie d'offre touristique, en se recentrant sur ses propres produits.



Les CJ entendent développer leur rôle touristique en axant leur offre sur des produits «maison».

los, de vélos électriques ainsi que de trottinettes, le train à vapeur, le train Belle Epoque et la carte RégioCJ.

## **Le Train des Horlogers, produit phare**

De nouvelles offres sont également en cours de développement, la plus importante étant le Train des Horlogers, qui sera lancé cet automne en collaboration avec la Traction. La promotion et la commercialisation de ce train seront du ressort des CJ, comme celles des deux autres trains historiques cités précédemment.

De plus, les CJ travaillent à un partenariat stratégique avec les parcs du Doubs et de Chasseral en ce qui concerne les vélos électriques. Pour l'instant, les CJ ont une vingtaine de ces véhicules en location à la gare de Saignelégier. Le but étant d'en augmenter le nombre (et éventuellement les lieux de location) pour pouvoir les utiliser sur les circuits qui sont en cours de développement sur les réseaux des parcs.

Une carte journalière pour famille devrait également prochainement voir le jour.

Signalons enfin qu'une réflexion est en cours avec la société Wenger pour prolonger l'expérience du tram rouge du Jura à Bâle, l'idée étant que les CJ aient une présence dans les points de vente Wenger et vice-versa.

PASCAL JAQUET NOAILLON

## **Une proportion élevée de touristes**

Plus de 40% des personnes interrogées ont déclaré utiliser le train ce jour-là pour les loisirs ou le tourisme. De plus, 68% des voyageurs qui l'utilisaient pour une autre raison ont déclaré «aussi prendre, parfois, les CJ pour les loisirs et le tourisme». Autre chiffre intéressant: 23% des personnes interrogées provenaient de Suisse alémanique. Ces résultats le prouvent sans aucun

doute possible, l'utilisation du réseau à des fins touristiques et de loisirs est cruciale pour la compagnie.

## **Se recentrer sur les offres «maison»**

Forts de ce constat, les CJ ont réfléchi au développement futur de leur offre touristique, le but étant de «se recentrer sur les offres maison et de mieux répartir notre énergie afin de maintenir et développer ce secteur de notre entreprise», com-

me l'indique Frank Maillard, responsable marketing.

Comme nous l'indiquions dans notre édition du 27 mars de cette année, les offres clés en main pour des groupes et ne comprenant pas le transport ne seront plus proposées par la compagnie. Cependant, pour ne pas prêter la clientèle de ces offres, c'est le bureau de Jura tourisme de Saignelégier qui s'en chargera jusqu'à la fin de l'année. Pour la suite, une réflexion est enco-

re en cours pour savoir si cette mission sera confiée à un prestataire privé ou sera maintenue dans le cadre de Jura & Trois lacs. Cependant, Frank Maillard confirme que les «guichets des CJ se chargeront toujours volontiers de conseiller et orienter la clientèle qui en fait la demande».

Toutes les prestations de Novicar sont quant à elles maintenues, de même que les offres «maison» comme l'attaque du train, la location de vé-