

# RAPPORT DE GESTION

# 2003

et premier semestre 2004



2003 ne fut pas l'année de la consolidation de la Communauté Tarifaire Intégrale de Genève (CTI, formée des trois opérateurs TPG, CFF et SMGN). L'ampleur du défi posé par la commercialisation efficace du transport public, dans un contexte institutionnel et géographique en rapide mutation, n'est pas de nature à laisser du répit au projet unireso. Et sur ce point au moins, 2004 sera identique à 2003.

A peine qu'un premier cycle complet dans la vie de la CTI est exécuté en 2002, il apparaît clairement que l'intégration des tarifs entre 3 opérateurs modaux complémentaires sur le territoire du Canton de Genève (ainsi que le territoire vaudois entre Versoix et Céligny) est une avancée appréciable, mais encore sans commune mesure avec les défis représentés par les accords bilatéraux Suisse – Union européenne et le projet CEVA de jonction entre les réseaux ferrés suisse et savoyard, dont le premier produira ses effets dès l'été 2004 déjà, tandis que le second sera opérationnel au plus tôt en 2010. L'évolution de la coopération tarifaire accompagne donc une croissance continue de l'offre de service. A cet égard, citons seulement les éléments les plus significatifs de l'étape de l'hiver 2003/2004 :

- Navigation des Mouettes genevoises pendant toute l'année
- Prolongation du tram 13 des TPG de Cornavin à la Place des Nations
- Ouverture du point d'arrêt Pont Rouge des CFF
- Prolongation des lignes 1 et 2 des TAC (Annemasse) sur territoire genevois

En matière de politique tarifaire genevoise, toutes les contraintes économiques et conventionnelles ne sont pas encore entièrement maîtrisées en 2003. L'adaptation des tarifs prévue pour le printemps 2003 est repoussée au 1<sup>er</sup> janvier 2004. Le manque à gagner pour les opérateurs est indemnisé par le Canton, selon ses obligations légales. Entre temps, les pouvoirs publics admettent la sévérité de la situation des finances publiques et la nécessité de couvrir une part croissante du coût du transport public par des recettes voyageurs. Il s'ensuit qu'en 2004, deux adaptations tarifaires importantes sont programmées, l'une en janvier et l'autre en décembre.

Les adaptations tarifaires ne sont pas des opérations sans risques. Une mauvaise adaptation tarifaire peut entraîner le mécontentement de la clientèle et une érosion des recettes par une perte de clientèle ou par un report massif de la clientèle sur des tarifs trop généreux. Une bonne adaptation produira l'effet escompté : elle optimisera la recette en proposant à la clientèle des rapports qualité / prix corrects. L'adaptation de printemps 2003, repoussée à janvier 2004, est satisfaisante en termes de recettes : celles-ci sont en augmentation constante, grâce aussi à une augmentation notable de la fréquentation du transport public.

Mais si le bon fonctionnement de la coopération tarifaire entre différents opérateurs et la justesse du volet tarifaire de la politique commerciale commune sont des conditions nécessaires au succès du transport public, ils ne sont de loin pas suffisants. L'adéquation de l'offre de service à la demande de la clientèle, la qualité du service rendu, l'amélioration des canaux de distribution et la communication avec la clientèle (y compris la publicité pour le transport public auprès des clients potentiels) sont autant de facteurs et d'enjeux qu'il convient de maîtriser ensemble, ce qui implique l'acquisition de nouveaux réflexes de concertation par tous les partenaires concernés.

2003 est l'année d'un renouvellement partiel de l'équipe en charge du projet unireso au sein des TPG, « l'entreprise de transport gestionnaire ». Par conséquent, 2003 est aussi l'année du repositionnement et d'un passage de relais qui se concrétise notamment, pour ne citer que les deux faits les plus marquants, par :

- l'élaboration d'une nouvelle stratégie de communication, renforcée tant par l'image que par les moyens qui lui sont alloués
- l'élaboration d'une tarification régionale permettant d'étendre et de renforcer la coopération commerciale en Canton de Vaud et en France voisine, à mettre en place fin 2004.

Enfin, le premier semestre 2004 s'achève sur la libération de M. Christoph Stucki de ses charges de Directeur général des TPG afin de lui permettre de se consacrer pleinement à sa fonction de Président du comité de gestion de la CTI et au projet unireso. On peut donc prévoir avec une totale certitude que 2004 et 2005 seront des années unireso dynamiques et productives.

## **2 Le fonctionnement de la CTI, ses organes et ses membres**

Les organes de la CTI sont ceux créés au moment de la constitution de cette dernière, tels que définis dans les textes constitutifs que sont le contrat de société simple entre les opérateurs et le contrat de prestation entre ceux-ci et la République et Canton de Genève. Quelques changements sont intervenus dans la composition de ces organes.

Le fonctionnement de la CTI a cependant évolué de façon significative en ce qui concerne :

- le traitement comptable des charges de la CTI
- la production de la communication pour le compte de la CTI

### **2.1 Composition du Comité de gestion**

Le Comité de gestion du 22 octobre 2003 a pris acte :

- du départ de Michel HIRSIG, Directeur Marketing et Commercialisation
- de la nomination de Denis GROBET, Directeur a.i. Marketing et Communication (et dorénavant représentant des TPG au Comité de gestion de la CTI)
- de la mutation de Remy BURRI, anciennement gestionnaire de la CTI, à la Direction Marketing et Communication (et dorénavant représentant des TPG au Comité technique CTI/OTC)
- l'intervention de Christoph STUCKI, et de Joachim BERGERHOFF pour le compte des TPG en tant que ETG à titre, respectivement, de Président du Comité de gestion et de Responsable unireso®.

Le Comité de gestion du 14 avril 2004 intègre André DORTHE, CFF, Directeur du Service Clientèle pour la Région lémanique.

Enfin, le Comité de gestion du 18 août réintègre Rémy BURRI, TPG, Responsable des ventes en tant que second représentant des TPG.

La représentation de la SMGN est restée inchangée, composée de Antoine BÖHLER, Président, et de Roland ou Joël CHARRIERE.

### **2.2 Le traitement comptable des charges de la CTI**

L'objectif de la CTI est de réaliser et de répartir entre les partenaires un chiffre d'affaires issu de la vente de titres de transport et, le cas échéant, de compensations et d'indemnités dues par les pouvoirs publics. Du point de vue économique, la réalisation et la gestion de ce chiffre d'affaires implique l'engagement de ressources, qu'il s'agit de répartir entre les partenaires bénéficiaires. Depuis la création de la CTI, ceci était réalisé par l'établissement d'un décompte global au terme duquel chaque partenaire se voyait octroyer sa part nette de la recette, déduction faite des charges à répartir.

Cependant, du point de vue comptable, si la Société simple qui constitue la CTI souhaite rester « transparente » vis à vis de la TVA, elle ne peut pas engager des dépenses et doit limiter ses flux financiers à la répartition de la recette brute entre ses partenaires. La répartition des frais (qui ne disparaissent évidemment pas du seul fait de cette exigence du règlement fiscal) doit alors s'effectuer par le truchement de facturations croisées entre partenaires de la CTI. Le tout pouvant être consolidé dans un bilan « extra-comptable ». Ceci est le résultat d'un long échange de courriers et d'études entre la CTI, assistée par Me OBERSON, et l'administration fiscale fédérale, qui a conduit à une révision globale des procédures comptables de la CTI et entre partenaires de la CTI en dehors de la comptabilité de la CTI au sens stricte. Ces modifications sont actées dans l'avenant n°1 au Contrat de société simple.

Mais, en fin de compte, l'économie de la CTI n'a pas été altérée par ces adaptations et le Comité de gestion continue à utiliser le bilan global, désormais « extra-comptable », pour planifier et exécuter le budget de la CTI.

## 2.3 La production de la communication pour le compte de la CTI

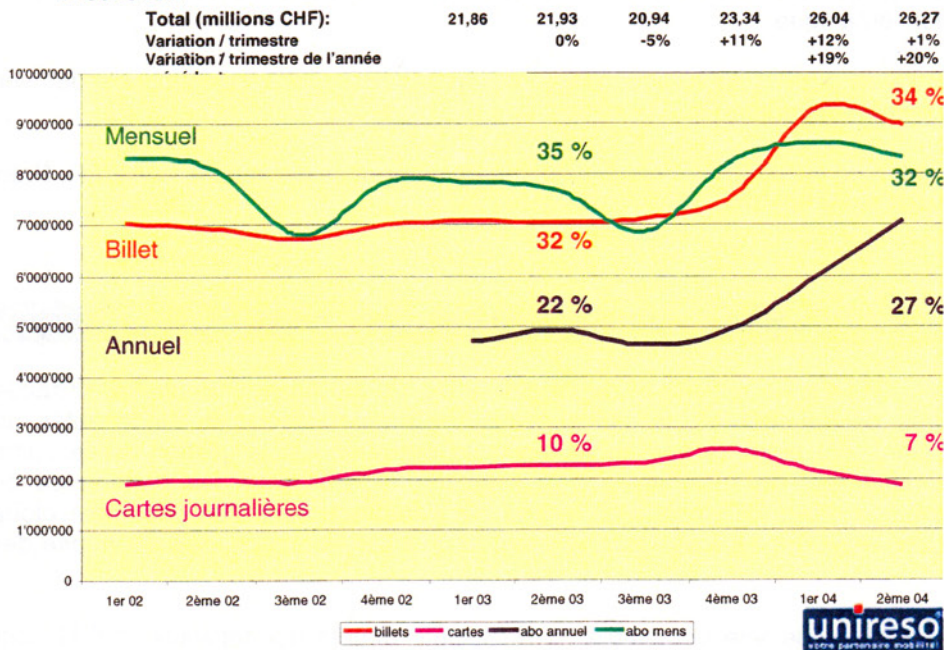
L'évolution la plus significative du fonctionnement de la CTI concerne la conception et la production de la communication pour le compte de la CTI. En matière de fonctionnement de la CTI, il s'ensuit que les tâches de l'entreprise gestionnaire de la CTI sont considérablement élargies. Le contrat de société simple initial prévoyait la conduite d'une campagne de publicité annuelle par la CTI, chaque opérateur communiquant par ailleurs pour son propre compte et par ses propres moyens. Cette approche a révélé ses limites. C'est pourquoi, l'avenant n°1 du contrat constitutif de la Société simple charge l'Entreprise de transport gestionnaire d'exécuter, pour le compte de la CTI, un plan de marketing complet. Celui-ci est bien entendu élaboré en commun par les partenaires et approuvé préalablement par le Comité de gestion.

## 3 Ventés

L'évolution du chiffre d'affaire unireso au cours de l'année 2003 et du premier semestre 2004 est marquée par quatre phénomènes significatifs, comme l'illustre le graphique ci-dessous<sup>1</sup> :

- la progression de l'abonnement annuel (en partie, grâce à la politique Grands comptes)
- la bonne répercussion de l'augmentation du prix des billets sur le chiffre d'affaires réalisé par ce titre.
- Le repositionnement de la carte journalière par rapport à l'abonnement mensuel
- La progression de la fréquentation.

### Valeur trimestrielle des titres en cours de validité



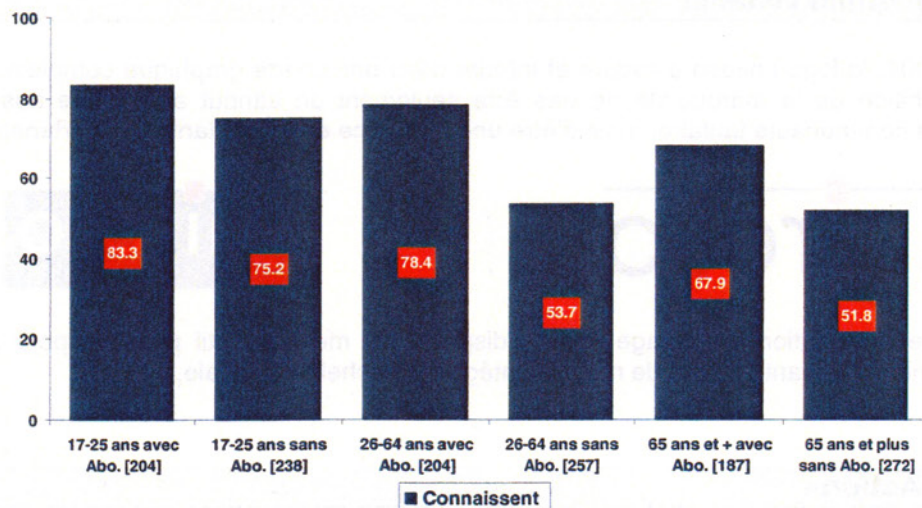
<sup>1</sup> « Valeur des titres en cours de validité » : les titres en cours de validité sont comptabilisés à leur valeur de remplacement et au prorata temporis. Cette analyse permet notamment d'écrêter les effets saisonniers de la vente des abonnements annuels.

Etant donné que le nombre d'abonnements annuels en cours de validité est la somme des abonnements vendus au cours des 12 mois passés et que la base des données début au 1 janvier 2002, cette valeur ne peut être représentée qu'à partir du premier trimestre 2003.

## 4 Communication

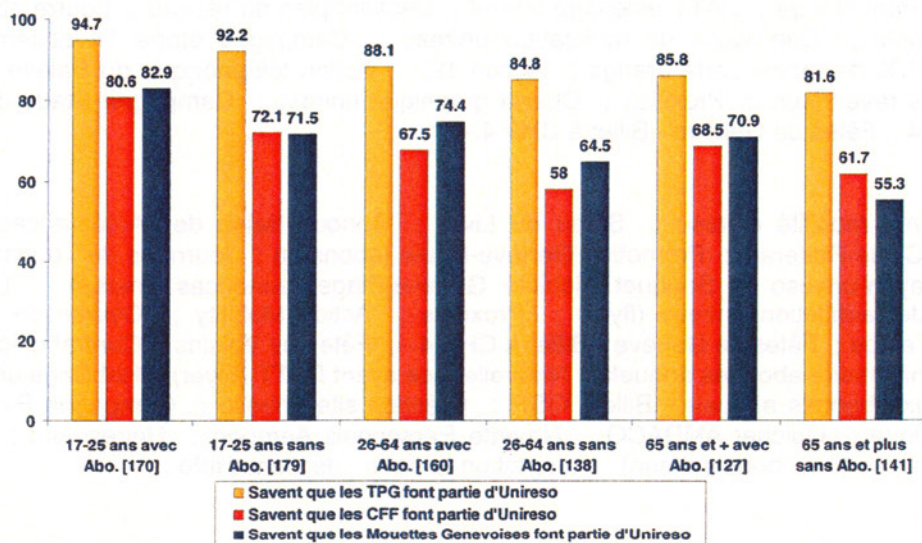
Une enquête téléphonique effectuée au printemps 2004 montre que même parmi les clients fidèles d'unireso, c'est à dire les abonnés, la marque unireso n'a pas encore remplacé, ni complété, l'image traditionnelle des TPG (cf. graphique ci-dessous). Et dans le groupe cible principal, les personnes de 26 à 64 ans, sans abonnement, le taux de notoriété d'unireso est encore au « plancher » de 53,7% de personnes connaissant la marque.

### Notoriété assistée de la marque « unireso » Enquête téléphonique printemps 2004



Ce résultat doit être relativisé par la jeunesse de l'intégration tarifaire intégrale et de la marque unireso, créées en 2001 et par la dominance des TPG, qui restent encore l'unique ou le principal transporteur de la très grande majorité des clients du transport public à Genève.

### Connaissent unireso et les opérateurs compris dans l'offre Enquête téléphonique printemps 2004



Par conséquent, même les personnes qui connaissent unireso ne sont pas au courant de l'étendue de l'offre. Ainsi, parmi les personnes de 26 à 64 ans ne disposant pas d'abonnement unireso, seulement 30% connaissent unireso ET savent qu'un titre de transport unireso est aussi valable sur les CFF.

La coopération tarifaire a la vocation de s'étendre dans la région, vers la France voisine et le Canton de Vaud et d'intégrer des services de transport public supplémentaires. Il est dès lors primordial de développer la conscience de la clientèle existante et potentielle du fait qu'unireso regroupe l'ensemble des sociétés de transports publics dans la région et que, de ce fait, le transport public ne convient pas seulement aux trajets habituels domicile-travail ou domicile-école, mais aussi aux déplacements sporadiques de loisirs ou autres.

#### 4.1 Identité visuelle

En janvier 2004, le logo unireso a évolué et intégré dans une charte graphique complète, de façon à affirmer l'ambition de la marque de ne pas être seulement un attribut accessoire des opérateurs composant la communauté tarifaire, mais d'être une référence en soi en tant que "partenaire mobilité".



Le but de cette évolution de l'image est de disposer du meilleur outil possible pour renforcer la notoriété d'unireso en tant qu'offre de mobilité intégrée à l'échelle régionale.

#### 4.2 Actions

L'antidote de l'ignorance est la communication. Les taux de notoriété insuffisants ne pourront être améliorés que moyennant des efforts de communications continus, coordonnés et bien ciblés.

Voici la liste des actions de communication menées au second semestre 2003 et au premier semestre 2004 :

##### 2003 :

Brèves GHI ; Salon de l'automobile ; Salon du livre ; Foire de Genève ; Consigne de Noël ; Semaine de la mobilité ; Habillage unireso - tram ; Conférence de Presse tarification ; Patinoire de Noël ; Concours Tribune de Genève - unireso ; Campagne Evolution tarifaire (3 vagues - annulée) ; Halte Lancy Pont-Rouge ; DATT affichage latéral ; Dépliant plan du réseau ; Fourre abonnement ; Horaire régional ; Campagne de tarification unireso ; Campagne étape 14 décembre 2003 ; Campagne 10% de rabais carte orange ; Action 12.- ; Action téléphérique du Salève (abonnés) ; Identifications revendeurs ; Proxibus ; Charte graphique unireso ; Campagne Stade de Genève - Billet à CHF 4 ; Fêtes de Genève - Billet à CHF 4.- ;

##### 2004 :

Campagne info mobilité unireso ; Salon du Livre ; Annonce Salon de l'Auto (accès en train) ; Ecomobilité Cluse-Roseraie ; Promotion Genève-Roule (abonnés) ; Journées du Tourisme ; Action conjointe Meyrin-unireso ; Bouquet Mobilité Genève-Plage (annonces presse) ; Uniresopro ; Campagne de tarification unireso (flyer) ; Proxibus ; Action Mobility ; Course de l'Escalade ; Campagne Temps ; Fêtes de Genève - Billet à CHF 4.- ; Fête des Voisins ; Contrat d'échange OSR ; Carte d'anniversaire abonnés annuels ; Nouvelle face avant DATT (Flyer) ; Habillage unireso - tram ; Mailing aux abonnés annuels - Billets OSR ; Création site unireso ; Campagne P+R Genève ; Carte touristique ; Guichet AMDACO ; Navette Personnels Aéroport ; Uniresoinfo ; Campagne générique unireso (bouchons unireso) ; Adaptation tarifaire - dépliant d'info ; ;

## 5 Marketing

Traditionnellement, le tarif du transport public s'apparente davantage au tarif du courrier postal que d'une offre commerciale de service. Cette tradition non-commerciale est tout à fait à l'honneur d'un service public et, ironiquement, elle contribue au succès commercial du tarif auprès d'une clientèle qui apprécie la simplicité d'une tarification univoque.

Il n'en demeure pas moins que le transport public est un produit commercial offert sur le marché des déplacements urbains et régionaux et qu'il se trouve face à la concurrence puissante de l'automobile. Par conséquent, pour défendre et même accroître ses parts de marché, le transport public doit adapter ses produits tarifaires et ses voies de commercialisation aux attentes d'une clientèle de plus en plus diversifiée et exigeante. Cette préoccupation se traduit dans le projet d'adaptation des tarifs 2005 (dont la préparation a été effectuée en 2003 et 2004, mais dont les détails et les analyses figureront dans le prochain rapport de gestion).

Plusieurs nouveautés ont cependant pu être introduites dès 2003/2004 :

- l'abonnement annuel combiné unireso – mobility car sharing
- la Geneva Transport Card (48 heures ou 72 heures)

## 6 Evolution budgétaire

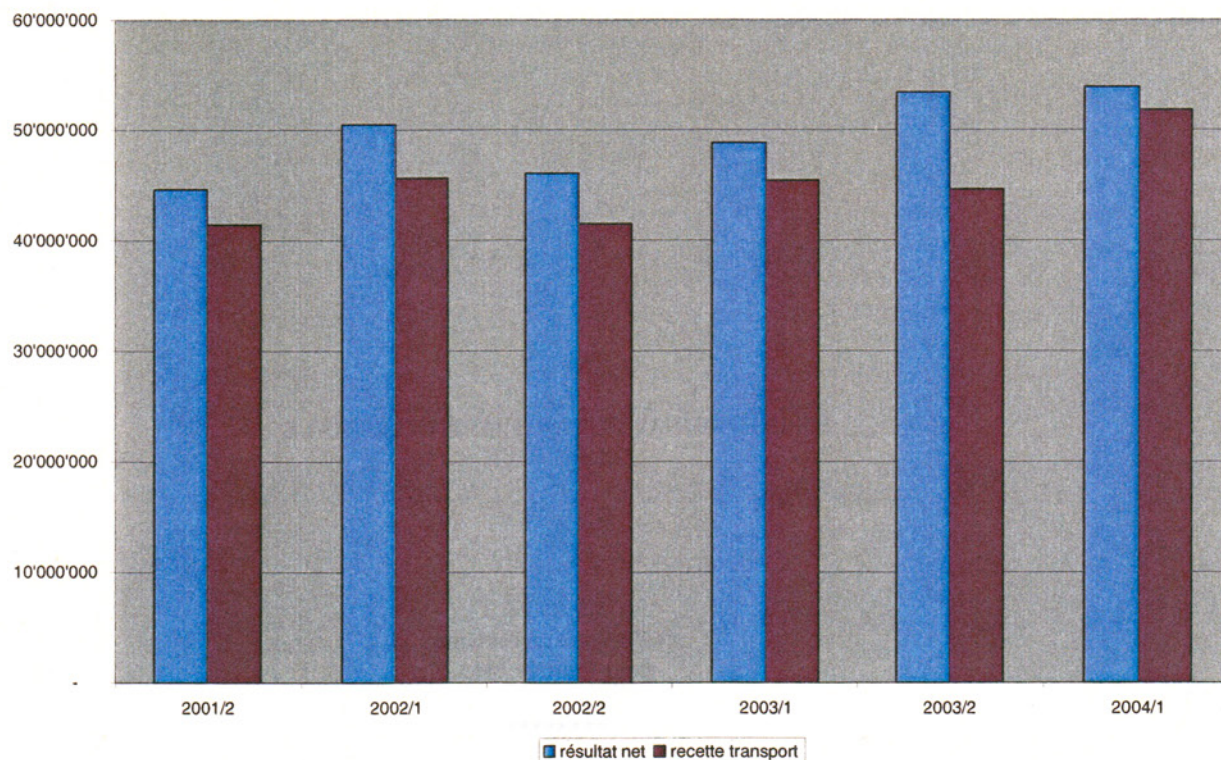
	2004		2003		2002		2001	
	2e semestre	1er semestre	2e semestre	1er semestre	2e semestre	1er semestre	2e semestre	
	Prévision	Comptes corrigés	Comptes corrigés	Comptes corrigés	Comptes corrigés	Comptes corrigés	Comptes corrigés	
Produits								
Produits du transport		54'037'204	43'888'011	45'366'815	41'082'290	44'616'439	41'426'352	
grève du 25.04.2002			-367'938			367'938		
part de l'abo demi-tarif 2002-2003 versé en 2004		-2'240'760	724'079	425'253	436'571	654'856	-	
<b>Produits du transport</b>	<b>49'018'039</b>	<b>51'796'444</b>	<b>44'612'090</b>	<b>45'424'130</b>	<b>41'518'861</b>	<b>45'639'233</b>	<b>41'426'352</b>	
Participations cantonales :								
frais de gestion et d'administration	75'000	75'000	75'000	75'000	75'000	75'000	150'000	
frais de communication	75'000	75'000	75'000	75'000	75'000	75'000	189'384	
complément tarifaire pour non-adaptation des tarifs 1999	1'581'000	1'581'000	1'550'000	1'550'000	1'423'400	1'423'400	1'335'000	
complément tarifaire pour non-adaptation des tarifs 2001	867'000	867'000	850'000	850'000	835'000	835'000	835'000	
complément tarifaire pour non-adaptation des tarifs 2003			6'620'555	1'204'148				
complément tarifaire pour non-adaptation des tarifs 2004	350'000	350'000						
Indemnité 2003 due à l'introduction d'une CTI	1'568'047	97'375	93'885	97'048				
Compensation OCPA	708'263	52'785		74'052				
garantie perte de recettes							1'792'757	
corrections garantie de recette							-510'523	
<b>garantie de recettes</b>	<b>5'224'310</b>	<b>3'098'160</b>	<b>9'264'440</b>	<b>3'925'248</b>	<b>5'167'163</b>	<b>5'404'489</b>	<b>3'791'618</b>	
<b>Total des produits</b>	<b>54'242'349</b>	<b>54'894'605</b>	<b>53'876'529</b>	<b>49'349'377</b>	<b>46'686'024</b>	<b>51'043'722</b>	<b>45'217'970</b>	
Charges								
Frais de personnel	220'100	99'900	59'000	67'791	43'085	29'500	29'500	
Frais de biens et services	60'044	92'069	55'307	56'16	68'006	-	165'761	
Frais administratifs	69'118	125'882	16'117	37'472	40'157	165'067	-	
Frais de vente	1'566'975	686'025	358'073	418'849	477'710	368'706	382'173	
Frais financiers	2'954	7'546	7'369	7'493	7'622	7'367	9'750	
Frais divers	-	-	796	99	-	35	473	
<b>Indemnité de vente</b>	<b>1'715'631</b>	<b>1'812'876</b>	<b>1'561'423</b>	<b>1'589'845</b>	<b>1'453'160</b>	<b>1'597'373</b>	<b>1'449'922</b>	
<b>Total des charges</b>	<b>3'634'822</b>	<b>2'824'298</b>	<b>2'058'086</b>	<b>2'127'164</b>	<b>2'089'740</b>	<b>2'168'048</b>	<b>2'037'580</b>	
Indemnité de vente aux opérateurs	1'715'631	1'812'876	1'561'423	1'589'845	1'453'160	1'597'373	1'449'922	
Produits financiers		1'296	1'558	1'296	7'191	2'592	-	
<b>RÉSULTAT NET CORRIGÉ</b>	<b>52'323'158</b>	<b>53'884'478</b>	<b>53'381'424</b>	<b>48'813'353</b>	<b>46'056'635</b>	<b>50'475'639</b>	<b>44'630'313</b>	



Le tableau ci-dessus propose une vue consolidée des comptes de la CTI depuis sa création en 2001. La correction des comptes attribue les recettes et les dépenses aux années (semestres) pendant lesquelles elles ont été générées. Les chiffres 2004 sont renseignés à titre purement indicatif.

Le graph ci-dessous résume les deux principaux indicateurs : le résultat net et la recette brute du transport, sans prise en compte des participations cantonales. Il en ressort clairement que 2003 fut une meilleure année que 2002, avec une recette voyageurs et un résultat net supérieurs à l'année précédente, notamment au cours du second semestre.

En 2004, l'adaptation tarifaire a permis une importante augmentation de la recette du transport. Celle-ci s'est traduit en une légère amélioration du résultat net, compte tenu de la diminution de la participation cantonale et de l'évolution des charges, suite aux développements en matière de communication.



*Société Fiduciaire d'Expertise et de Revision S. A.*  
*Genève*

**LA COMMUNAUTE TARIFAIRE INTEGRALE  
DE GENEVE**

**Genève**

**RAPPORT  
de l'organe de révision  
pour l'année 2003**

\*\*\*\*\*

CHAMBRE ~~F~~FIDUCIAIRE  
Membre

Rue Agasse 45 - Case postale 111 - 1211 Genève 17 - Tél. 022 736 36 33 - Fax 022 786 11 31 - E-Mail: sfer@fidusfer.ch

*Société Fiduciaire d'Expertise et de Revision S. A.*  
*Genève*

Rapport de l'organe de révision  
aux membres de la

**LA COMMUNAUTE TARIFAIRE INTEGRALE DE GENEVE**

**Genève**

---

En notre qualité d'organe de révision de **La Communauté tarifaire intégrale de Genève**, nous avons vérifié le décompte de la Société Simple de l'année 2003, conformément à l'article cinquième, paragraphe 4, lettre f, des statuts.

La responsabilité de l'établissement du décompte incombe à l'Entreprise de transport gérante alors que notre mission consiste à le vérifier et à émettre une appréciation le concernant.

Nous attestons que nous remplissons les exigences légales de qualification et d'indépendance.

Selon notre appréciation, le décompte de l'année 2003 est conforme à l'acte constitutif.

Nous recommandons d'approuver le décompte qui vous est soumis.

Genève, le 5 juillet 2004

SOCIÉTÉ FIDUCIAIRE D'EXPERTISE  
ET DE REVISION S.A.

Pascal RIVOLLET    Jean-Claude RIVOLLET  
(responsable de la révision)

Annexe :

- décompte de la société simple de l'année 2003

CHAMBRE FIDUCIAIRE  
Membre

Rue Agasse 45 - Case postale 111 - 1211 Genève 17 - Tél. 022 736 36 33 - Fax 022 786 11 31 - E-Mail: sfer@fidusfer.ch

DÉCOMPTÉ UNIRESO

Décompte prévisionnel 2003	Unireso Comptes du 01.01 au 31.12.03	Etat Genève du 01.01 au 31.12.03	Solde à répartir du 01.01 au 31.12.03	Part TPG 93.79%	Part CFF 5.55%	Part SIMON 0.66%
<b>PRODUITS</b>						
Total produits du transport	89'254'825.29		89'254'825.29	83'712'100.67	4'953'942.78	589'081.84
Complément tarifaire (1999) (Canton)		31'000'000.00		29'007'690.00	17'205'000.00	20'460.00
Complément tarifaire (2001) (Canton)		17'000'000.00		15'944'430.00	94'560.00	11'220.00
Complément tarifaire (01-03.2003) (Canton)		23'193'331.00		21'175'300.55	128'722.85	15'307.60
Complément tarifaire (04-12.2003) (Canton)		5'905'371.00		5'163'467.45	305'948.10	36'336.45
Garantie pertes de recettes CT (Canton)						
Indemnité 2003 due à l'introduction d'une CTI (Canton)		190'933.00			170'640.00	20'293.00
Compensation OCPA		74'952.00			68'182.00	7'810.00
Total participations cantonales	89'254'825.29	12'889'687.00		11'840'708.00	937'492.95	111'486.05
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>104'645'385</b>	<b>12'889'687.00</b>	<b>102'144'512.29</b>	<b>95'552'808.67</b>	<b>5'891'135.73</b>	<b>700'567.89</b>
<b>CHARGES</b>						
Gestionnaire (50%)	-118'000.00		-118'000.00	-110'672.20	-6'549.00	-778.80
Personnel temporaire	-87'900.00		-87'900.00	-87'244.99	-487.89	-58.02
Total frais de personnel	-126'790.00		-126'790.00	-118'917.19	-7'036.89	-436.82
Honoraires juridique	-22'108.15		-22'108.15	-207'35.24	-1'227.00	-145.91
Etudes et mandats	-50'000.00		-50'000.00	-33'092.25	-1'958.23	-232.87
Honoraires fiduciaire	-3'497.00		-3'497.00	-3'275.84	-184.08	-23.08
Impôts et taxes	-35.00		-35.00	-32.83	-1.94	-0.23
Total frais biens & services	-60'923.50		-60'923.50	-57'146.16	-3'381.25	-402.09
Confection litres de transport	-200'000.00		-200'000.00	-197'000.17	-2'941.35	-349.78
Papier, imprimés	-591.80		-591.80	-555.05	-32.84	-3.91
Total frais administratif	-59'589.10		-59'589.10	-50'261.22	-2'974.19	-353.69
Communication	-500'000.00		-334'570.46	-313'793.63	-18'568.66	-2'208.17
Adaptations tarifaires - DATT & PRISMA	-25'000.00		0.00			
Production de Cart@bonus	-480'000.00		-442'057.64	-414'605.95	-24'534.13	-2'917.56
Frais déplacements et divers	-2'000.00		-294.00	-275.74	-16.32	-1.94
Total frais de vente	-1'007'000.00		-776'922.10	-728'675.32	-43'119.11	-5'127.67
Frais décomptes	-600.00		-147'000.00	-137'871.32	-915.85	-97.02
Total frais financiers	-45'300.00		-162.27	-152.19	-9.01	-1.07
Divers et imprévus	-48'000.00		-14'862.27	-13'936.32	-824.86	-98.08
Indemnité de vente	-3'053'613.00		-895.00	-839.42	-49.67	-5.91
TOTAL DES CHARGES (BRUT)	-4'526'913.00		-3'123'918.88	-2'929'923.52	-173'377.50	-20'617.66
Participation Canton frais adm.	150'000.00	150'000.00	-4'157'901.75	-3'869'896.15	-230'763.47	-27'442.13
Participation Canton frais COM.	150'000.00	150'000.00	150'000.00	140'685.00	8'325.00	990.00
TOTAL DEDUCTIONS SUR CHARGES	300'000.00	300'000.00	300'000.00	281'370.00	16'650.00	1'980.00
TOTAL DES CHARGES (NET)	-4'226'913.00		-3'857'901.75	-3'618'526.15	-244'113.47	-25'462.13
Indemnité de vente aux opérateurs (3,5%)	3'053'613.00		3'123'918.88	3'032'216.26	91'702.62	18.83
Produits financiers		2'853.55			158.37	
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION 2003</b>	<b>103'472'085</b>	<b>88'223'695.97</b>	<b>101'413'382.97</b>	<b>94'969'375.13</b>	<b>5'768'883.25</b>	<b>675'124.59</b>
Garantie pertes de recettes CT (Canton) : compl. 2002			5'332'729.00	5'007'587.00	295'966.00	35'196.00
Produits exceptionnels exercice précédent			367'937.95	345'089.00	20'420.55	2'428.40
<b>RÉSULTAT 2003</b>	<b>103'472'085</b>	<b>88'223'695.97</b>	<b>107'114'046.92</b>	<b>100'316'031.13</b>	<b>6'085'269.80</b>	<b>712'748.99</b>
<b>RÉPARTITION :</b>						
TPG			-100'316'031.13			
CFF			-6'085'269.80			
SIMON			-712'748.99			

GED N° 33892

17.02.2004 13:57

# RAPPORT DE GESTION

# 2003

et premier semestre 2004



## Contact

**Unireso**<sup>®</sup>

c/o TPG

Case postale 950

CH 1212 Grand-Lancy 1

Tél. +41 22 308 34 18

Fax +41 22 308 35 15

e-mail [unireso@tpg.ch](mailto:unireso@tpg.ch)