SBB CFF FFS

Rapport annuel 2020.

RailAway SA.

© Brienz Rothorn Bahn AG

SwissPass
La clé pour votre mobilité et vos loisirs

RailAway

La mission de RailAway.

Vision.

Nous promouvons des offres et des idées de loisirs inspirantes et encourageons ainsi l'utilisation des transports publics.

© Bergbahnen Flumserberg AG

Mission Statements.

→ Nous proposons à nos clients finaux des idées de loisirs et des offres d'activités à prix réduit.

→ Nous commercialisons les loisirs sur mandat et dans l'intérêt des transports publics, contribuant ainsi à l'augmentation des produits du transport et à la répartition modale.

→ Nous investissons les moyens publicitaires générés dans le secteur des loisirs et les allouons aux transports publics.

→ Nous aidons les prestataires partenaires du marché touristique et événementiel à acquérir de nouveaux clients en leur ouvrant l'accès à des plateformes nationales de distribution et de publicité attractives.

→ Nous soutenons nos partenaires prestataires du marché touristique et événementiel avec divers produits/prestations dans les domaines de la commercialisation et de la mobilité.

→ Nous soutenons nos partenaires de coopération pour leurs programmes de fidélisation de la clientèle avec des produits de loisirs et de transports publics.

→ Nous proposons aux groupes des solutions de mobilité pour leurs loisirs.

837

partenaires travaillent en collaboration avec RailAway SA. L'un d'entre eux est présenté aux pages 11 et 12.

61

collaborateurs, dont la moyenne d'âge est de 34,5 ans, s'engagent quotidiennement en faveur de la vision et de la mission de notre entreprise.

Introduction
Entretien avec la CEO
Direction
Situation
Collaborateurs
Partenaires
Conseil d'administration
Structure organisationnelle
Actionnaires

Éditorial.

Chères lectrices, chers lecteurs,

L'année 2019 s'est achevée sur le départ de René Kamer. Après 20 ans passés à la tête de RailAway SA, il a cédé sa place à Chantal Beck, qui a pris ses nouvelles fonctions le 1er janvier 2020.
À ce moment-là, personne ne se doutait encore que la pandémie de COVID-19 bouleverserait radicalement la situation. La société, l'économie et bien entendu RailAway SA ont été confrontées à des défis aussi importants qu'inattendus – précisément l'année où l'entreprise célébrait son 20e anniversaire.
Dès le début de la crise, les branches du tourisme et de l'événementiel ont subi de fortes restrictions, dont nous ressentirons les répercussions encore longtemps. Le marché suisse des loisirs s'est parfois retrouvé quasiment à l'arrêt. L'ensemble des parties prenantes a dû redoubler de patience, de flexibilité et de créativité tout en restant confiant. Actuellement en cours de transformation, RailAway SA a conscience de l'importance de s'aligner sur les besoins en constante évolution du marché et des partenaires.
Si la poursuite de la transformation numérique reste prioritaire, nos performances sur le marché doivent également être améliorées. À cette fin, le Conseil d'administration et la direction ont convenu ensemble d'une feuille de route qu'il convient désormais de mettre en œuvre étape par étape. C'est ainsi – et j'en suis convaincu – que RailAway SA, en collaboration avec ses fidèles partenaires, sera en mesure d'endosser un rôle clé dans la commercialisation nationale des loisirs pour les transports publics en Suisse. Notre objectif demeure d'encourager les personnes se déplaçant dans le cadre de leurs loisirs à voyager en transports publics afin d'apporter une contribution substantielle au développement durable.
J'en profite pour remercier toute l'équipe de RailAway de son engagement et de son identification vis-à-vis de l'entreprise, ainsi que l'ensemble de nos partenaires de leur soutien durant cette période difficile.

Alberto Bottini,
Président du Conseil d'administration de RailAway SA

© Engelberg Titlis Tourismus

Cela fait

20

ans que RailAway SA commercialise des offres de loisirs en Suisse.

Le développement de RailAway SA s'articule autour de

5

axes principaux.

Entretien avec Chantal Beck.

L'avenir, les perspectives et la transformation de RailAway.

Chantal Beck revient sur sa première année à la tête de RailAway.

Nos objectifs.

Accélérer la transformation numérique, renforcer notre positionnement et accroître la valeur ajoutée pour les partenaires de RailAway.

Quel bilan tires-tu de cette première année à la direction de l'entreprise?
Chantal Beck: 2020 a été une année agitée. Bon nombre de CEO tirent le même constat, notamment dans le secteur du tourisme. Entre fermetures, réouvertures, plans de relance, forte demande en été, mesures de protection et nouvelles fermetures, la pandémie a soufflé le chaud et le froid. Malgré tout, je dresse un bilan positif grâce aux rencontres passionnantes que j'ai pu faire avec nos partenaires, grâce à une équipe motivée et à des processus efficaces de télétravail. RailAway est actuellement en phase de transformation. Il s'agit donc d'accompagner cette dernière et de saisir les opportunités qui se présentent.

En 2020, tu as eu l'occasion de rencontrer des partenaires de RailAway et d'échanger avec d'autres entreprises de transport. Quels enseignements positifs as-tu pu en tirer?
Le réseau de partenaires est une spécificité de RailAway. Nous le développons et l'entretenons au fil des années. Ainsi, nombre de nos plus fidèles partenaires sont à nos côtés depuis le début et notre collaboration repose sur une confiance réciproque, comme en témoigne notamment la campagne du jubilé que nous avons menée avec certains d'entre eux en 2020.
Nous avons la chance de jouir d'une bonne notoriété et d'avoir pu nous appuyer sur de nombreuses idées en matière de nouvelles coopérations durant une période de grand changement pour la branche. C'est extrêmement stimulant.

«RailAway est en phase de transformation. Il s'agit donc d'accompagner cette dernière et de saisir les opportunités qui se présentent.»

Comment as-tu géré les impacts de la pandémie et réussi à faire preuve de la flexibilité, de la patience et de la confiance nécessaires?
Je suis de nature optimiste. J'accueille les défis comme une chance. Même si l'année nous a poussés dans nos retranchements et que l'évolution des affaires est loin d'être positive, j'essaie toujours d'investir mon énergie dans les choses sur lesquelles je peux exercer une influence. Je ne veux pas perdre de temps avec des circonstances sur lesquelles je n'ai aucune emprise. Par exemple, malgré les mesures de réduction des coûts et l'arrêt des campagnes, mes objectifs sont restés les mêmes pour 2020: faire avancer les projets de développement et collaborer avec nos partenaires sur des idées pour l'avenir.

Les défis générés par la pandémie ont-ils permis aux membres de la nouvelle équipe de direction de se rapprocher plus rapidement?
Oui, absolument. Lorsque le premier confinement a été annoncé et que nous avons été soudainement confrontés à des situations inconnues jusqu'alors, nous étions encore en pleine phase d'analyse et d'apprentissage. La pandémie a accéléré ce processus. Nous nous sommes très rapidement serré les coudes et avons toujours réussi à discuter de manière ouverte et constructive. C'est une chance.

Selon toi, quel est le principal défi qui attend RailAway au cours des deux à trois prochaines années?
Premièrement, il faudra faire face aux répercussions de la pandémie, qui a touché de plein fouet notre entreprise ainsi que les secteurs des transports publics et du tourisme. Je suis convaincue que les voyages de loisirs joueront un rôle crucial dans la reconquête de la clientèle des transports publics et nous ne devons pas passer à côté de cette opportunité.
Par ailleurs, il est essentiel d'accélérer la transformation numérique, de renforcer notre positionnement et d'accroître la valeur ajoutée pour nos partenaires.
Nous évoluons dans un environnement dynamique. Afin d'être en mesure de maintenir notre place de prestataire de loisirs national, nous devons améliorer nos performances, créer de nouvelles offres, tirer profit de la transformation numérique et saisir les opportunités pour proposer des services et des canaux élargis. Cela nécessite une certaine solidité, des conditions-cadres adaptées, ainsi que des ajustements organisationnels.
Mais le plus important est de fixer les bonnes priorités.

Selon toi, qu'est-ce qui est particulièrement important pour l'avenir de RailAway?
Du courage et de la confiance pour affronter les prochains défis, de l'agilité et de la créativité pour les maîtriser.

L'année 2020 vue par la direction.

Un nouvel élan pour l'avenir.

La direction revient sur les temps forts de 2020. Dans tous les départements, de nouvelles impulsions ont pu être données et des projets novateurs ont été lancés, ce qui a permis d'accompagner le développement de RailAway.

Chantal Beck
Directrice

La réussite de RailAway repose sur la satisfaction de la clientèle, la confiance de la branche des transports publics, un réseau de partenaires solides et des collaborateurs extrêmement motivés. Pour y parvenir, nos performances sur le marché se doivent d'être excellentes. L'année passée a été le cadre de nombreuses avancées, de mises en œuvre de projets et de rencontres enrichissantes.

Reto Jossen
Responsable Management Services et directeur adjoint

L'introduction d'Office 365 a permis une mise en place du télétravail simple, rapide et efficace. Autre nouvelle réjouissante: la hausse de satisfaction des collaborateurs. Cette dernière a augmenté de 9 points par rapport à 2018 pour s'établir à 73 points. Sur le plan économique, la perte annuelle a pu être relativement contenue grâce à des contre-mesures efficaces et prises en temps utile en matière de coûts et de recettes. RailAway et ses partenaires ont ainsi pu honorer toutes leurs obligations de paiement.

Yves Ekmann
Responsable Marketing

Aucune autre thématique n'influence autant le marketing que la numérisation. L'an passé, nous avons posé les bases d'une commercialisation numérique tournée vers l'avenir. Le marketing doit s'adapter aux exigences du marché. Malgré le contexte difficile, une somme de 3,4 millions de CHF a pu être investie dans les supports publicitaires, générant une augmentation conséquente du chiffre d'affaires des transports publics en Suisse. Nous avons aussi élaboré «Snow 25» en collaboration avec Suisse Tourisme. Ce produit innovant visant à inciter les jeunes à pratiquer le ski devrait être lancé à l'hiver 2021/22.

Jürg Emmenegger
Responsable Gestion des partenaires

Les activités prévues pour les 20 ans de RailAway ont pu se dérouler en collaboration avec les partenaires malgré la pandémie de COVID-19. Après le confinement du printemps, nous sommes même parvenus à rebooster le marché des loisirs avec des offres de relance. RailAway met un point d'honneur à améliorer en permanence ses performances et à accroître son professionnalisme vis-à-vis de ses partenaires. Dans cette optique, un certain nombre de projets innovants ont pu être lancés.

Introduction
Entretien avec la CEO
Direction
Situation
Collaborateurs
Partenaires
Conseil d'administration
Structure organisationnelle
Actionnaires

Chiffres-clés 2020.

L'année en chiffres.

–328 063

CHF de résultat net

Année précédente: CHF 378 281

3,4 mio.

de CHF investis dans les supports publicitaires

Malgré la COVID-19, nous avons pu investir plusieurs millions sur le marché, même si ce montant est inférieur de 4,5 millions de CHF par rapport à 2019 (-57%).

8,1 mio.

de CHF de chiffre d'affaires en plus pour les transports publics

–69% par rapport à l'année précédente
Année précédente: CHF 25,9 millions

73

points sur 100 pour la satisfaction des collaborateurs,

soit une hausse de 9 points par rapport à 2018.

0

défaut de paiement

Durant cette année caractérisée par l'incertitude, RailAway SA et tous ses partenaires sont parvenus à honorer l'ensemble de leurs obligations de paiement.

+19

% de ventes en ligne

La part des activités de loisirs vendues en ligne a encore augmenté par rapport à l'année précédente.

La nouvelle feuille de route de RailAway.

Orientée vers l'avenir: RailAway a entamé sa transformation.

Intense et mouvementée, ces deux termes définissent à la perfection l'année 2020. Malgré la crise sanitaire, qui a apporté son lot de défis et entraîné un fort recul du marché des voyages de loisirs, RailAway a pu réaliser plusieurs avancées dans son développement interne.

La transformation initiée fin 2019 et la nouvelle orientation de RailAway sur le marché ont été portées par la nouvelle direction. Le positionnement de l'entreprise sur le marché national des loisirs s'est affiné et consolidé progressivement autour de cinq axes stratégiques sur la base d'une nouvelle feuille de route.

Le marché évolue – RailAway aussi.
Les tendances telles que la numérisation, la sensibilisation au climat et la personnalisation touchent également RailAway. S'adapter aux besoins en constante évolution des partenaires et des clients est une tâche de tous les instants. Dans le cadre de ses cinq axes stratégiques, RailAway a lancé diverses initiatives qui l'aideront à relever les défis à venir et à exploiter les opportunités.

Certaines avancées ont déjà été réalisées.
RailAway a été en mesure de tirer parti de l'arrêt partiel de ses activités opérationnelles lié à la pandémie de COVID-19 pour se développer davantage. La mise en œuvre d'un nouveau concept de performance du management doit lui permettre d'accomplir sa mission encore plus efficacement. Dans cette optique, l'accent est mis sur l'optimisation continue du lien entre investissements sur le marché et augmentation des recettes pour les transports publics.
Avec le développement d'une stratégie numérique, il a déjà été possible de définir une vision de l'orientation future. Des solutions potentielles, telles que l'élargissement des canaux de distribution et le développement de possibles prestations associées, ont également été identifiées et font actuellement l'objet de tests de faisabilité. Dans le cadre de ses activités de commercialisation, RailAway entend accélérer sa transformation numérique. L'objectif est de s'adresser de manière ciblée aux différents segments de clientèle avec des contenus pertinents et des offres adaptées. Ainsi, RailAway pourra réagir plus rapidement à l'évolution des besoins du marché et donc atteindre la clientèle encore plus directement. Cela nécessite une nouvelle organisation du marketing passant par le développement des compétences requises à l'avenir et l'adaptation des processus.
De premières réflexions ont pu être menées à ce sujet. La réussite du modèle d'affaires de RailAway requiert la satisfaction de son réseau de partenaires. L'entreprise s'est donc fixé comme objectif d'accorder une importance accrue à ce dernier.
L'équipe de gestion des partenaires a étudié avec soin leurs besoins et a fait avancer la professionnalisation des échanges et des activités de vente. L'objectif est d'améliorer durablement nos performances sur le marché vis-à-vis des partenaires et des parties prenantes. RailAway met tout en œuvre pour développer les axes stratégiques mentionnés et les concrétiser le plus rapidement possible au profit de ses partenaires de longue date et de sa fidèle clientèle.

«RailAway met tout en œuvre pour développer les axes stratégiques et les concrétiser le plus rapidement possible au profit de ses partenaires de longue date et de sa fidèle clientèle.»

Les cinq axes stratégiques suivants guideront RailAway à l'avenir.

Transformation numérique

Excellence opérationnelle

Business Development

B2B: accent sur les partenaires

B2C: orientation clients

Introduction
Entretien avec la CEO
Direction
Situation
Collaborateurs
Partenaires
Conseil d'administration
Structure organisationnelle
Actionnaires

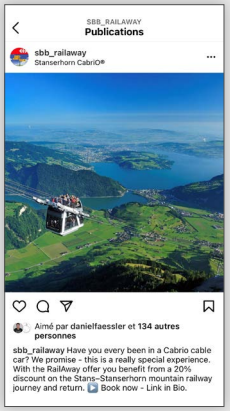
Mesures de communication 2020.

S'inspirer et partir en excursion grâce à RailAway.

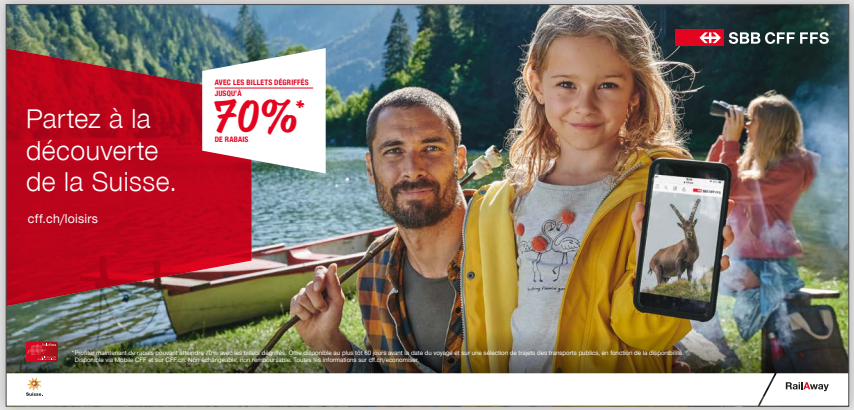
L'année passée a été l'occasion pour bon nombre de Suisses de découvrir leur propre pays durant leur temps libre ou leurs vacances. Par le biais de ses multiples mesures de communication, RailAway se veut être une source d'inspiration en matière d'excursions.

En ligne sur cff.ch/loisirs.
Le nouveau moteur de recherche disponible sur cff.ch/loisirs permet de filtrer et de trouver des idées d'excursions selon ses préférences.

Bannières en ligne, brochures et newsletter.
En ligne ou hors ligne: en 2020, RailAway a également su exploiter toutes les possibilités.



Sur les réseaux sociaux.
Tous les vendredis, RailAway publie différentes suggestions d'activités pour le week-end.



«Partez à la découverte de la Suisse.»
À la demande des transports publics, RailAway a lancé une campagne nationale durant l'été et l'automne 2020 visant à promouvoir les voyages de loisirs en Suisse.

Zoom sur les collaborateurs.

Nous sommes RailAway.

La photo a été prise lors la première réunion de l'ensemble des collaborateurs au début de l'année 2020, peu de temps avant la crise sanitaire.

L'équipe de RailAway partage des valeurs communes.

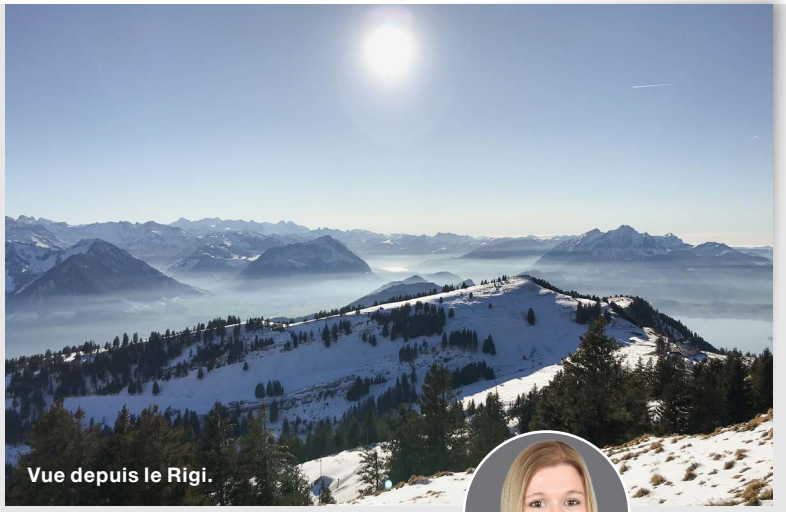
Ces valeurs sont pour nous essentielles:

- Engagement
- Orientation client
- Humanité
- Orientation sur l'avenir
- Fiabilité

Introduction
Entretien avec la CEO
Direction
Situation
Collaborateurs
Partenaires
Conseil d'administration
Structure organisationnelle
Actionnaires

Les excursions préférées des collaborateurs de RailAway.

Rendre visite à un partenaire est inoubliable.



Vue depuis le Rigi.

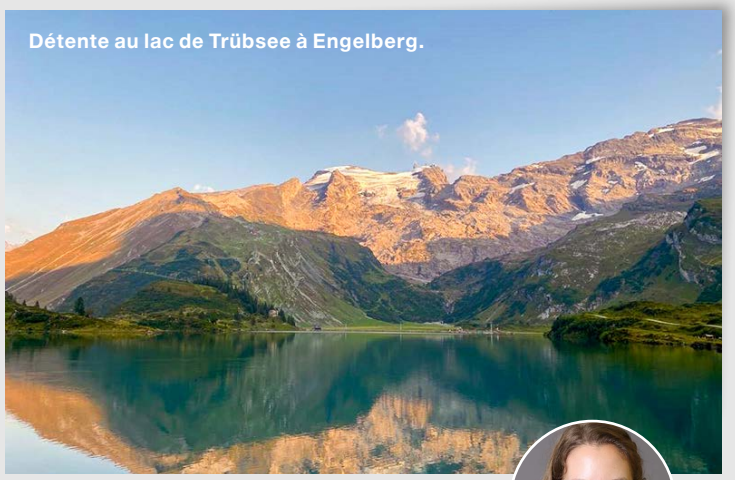
Ursula Kuster,
responsable de communication événements.
«Découvrir les coulisses du chemin de fer du Rigi a élargi mon horizon: je n'oublierai jamais la gentillesse des collaborateurs et l'incroyable panorama sur les montagnes et les lacs.»

Aperçu de la savane Lewa du zoo de Zurich.

Andreas Eggimann,
responsable de projets événements.
«Mon temps fort au zoo de Zurich: la découverte de la savane africaine Lewa qui a ouvert en 2020. Le cadre naturel extraordinaire m'a laissé bouche bée. J'avais l'impression de participer à un safari.»

Karin Brönnimann,
responsable du segment Écoles.
«Media World, Space Transformer ou Swiss Chocolate Adventure: les espaces à l'intérieur et à l'extérieur du musée sont une source incroyable d'apprentissage et de découverte.»

Une visite au Musée Suisse des Transports.



Détente au lac de Trübsee à Engelberg.

Andrea Spahr,
responsable de projets Marketing événements
«Lorsque le soleil brille, le Trübsee est un vrai coin de paradis: l'eau cristalline permet d'y admirer le reflet des sommets environnants.»

Fanny Moreillon,
responsable de communication pour la Suisse romande.
«Je suis subjuguée par la flore chatoyante et le panorama à couper le souffle qu'offre la Schynige Platte sur les sommets de l'Eiger, du Mönch et de la Jungfrau.»

Destination Schynige Platte.

Ticino Turismo et RailAway: un partenariat fructueux de longue date.

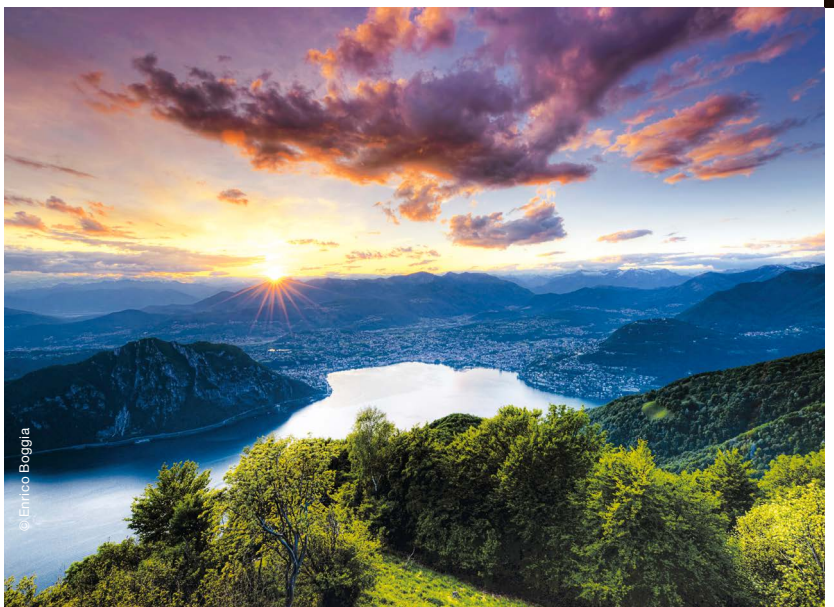
Poursuivre le même objectif rapproche.

La collaboration qui a vu le jour il y a près de 20 ans s'est développée en un partenariat fiable et durable. L'objectif commun: promouvoir les voyages de loisirs au Tessin en voyageant en transports publics. En matière de mobilité, le Tessin entre également dans une nouvelle ère.

De par son caractère méridional, le Tessin est perçu comme la région la plus ensoleillée de Suisse et offre une grande diversité d'activités de loisirs, toutes plus exceptionnelles les unes que les autres. De ses paysages magnifiques à ses villages pittoresques, en passant par ses nombreuses spécialités culinaires et activités sportives, le canton offre des expériences adaptées à chaque groupe cible. L'Agenzia Turistica Ticinese SA (ATT ou Ticino Turismo) a pour objectif de faire découvrir aux visiteurs suisses et étrangers la beauté de la région et de promouvoir ainsi le tourisme au Tessin. Pour les voyages des Suisses, tant alémaniques que romands, Ticino Turismo met l'accent sur l'offre de transports publics. C'est précisément pourquoi RailAway en est le partenaire privilégié. Manuela Nicoletti, responsable Marketing de Ticino Turismo, décrit ainsi cette collaboration: «Notre coopération avec RailAway est basée sur la confiance, l'ouverture et la réalisation de projets innovants et axés sur les objectifs. En résumé, nous poursuivons les mêmes intérêts à moyen et long terme: nous entendons renforcer les voyages de loisirs en train à destination du Tessin et au sein du canton afin de générer une valeur ajoutée touristique.»

«Notre coopération avec RailAway est basée sur la confiance, l'ouverture et la réalisation de projets innovants et axés sur les objectifs.»

Manuela Nicoletti, responsable Marketing de Ticino Turismo



© Enrico Boggia

RailAway et Ticino Turismo – un partenariat qui porte ses fruits.
La commercialisation de forfaits hôteliers permettant aux clients de bénéficier de nuitées à un prix avantageux au Tessin est un élément-clé de notre collaboration. En outre, Ticino Turismo est un partenaire essentiel du Gotthard Panorama Express, le train panoramique reliant la Suisse alémanique au Tessin à travers des paysages enchanteurs. Mais ce n'est pas tout: l'achèvement du projet NLFA modifie la mobilité de loisirs vers et à l'intérieur du Tessin. En collaboration avec Ticino Turismo, RailAway a déjà lancé une campagne de communication nationale pour l'ouver-

Quelle est la mission principale de Ticino Turismo?
Sur mandat du canton et des organisations touristiques régionales (OTR), Ticino Turismo définit une stratégie touristique cantonale et la met en œuvre.

Quelle est la vision de Ticino Turismo?
Ticino Turismo promeut un tourisme gagnant, diversifié, de qualité et durable qui bénéficie à l'ensemble de la région.

La célèbre promenade d'Ascona.

Le Gotthard Panorama Express devant les châteaux de Bellinzone.

Grâce au tunnel de base du Ceneri: des liaisons plus rapides depuis la Suisse alémanique et des temps de trajet réduits au Tessin.

Une nouvelle ère pour le Tessin. L'ouverture du tunnel de base du Ceneri marque le début d'une nouvelle ère pour le Tessin. Ce qui a commencé par un «oui» au référendum pour le projet d'une nouvelle ligne ferroviaire à travers les Alpes (NLFA) en 1992 s'est achevé lors du changement d'horaire du 13 décembre 2020 par l'ouverture du tunnel de base du Saint-Gothard en 2016. Sur la même base et en adéquation avec le développement numérique, une nouvelle campagne a été élaborée à l'occasion de l'ouverture du tunnel de base du Ceneri en 2020. Elle devrait être mise en place en 2021.

du tunnel de base du Ceneri. Ces travaux colossaux ont permis à la Suisse de bénéficier d'une liaison nord-sud rapide et respectueuse de l'environnement. Le Tessin se rapproche ainsi du reste du pays: il faut compter moins de deux heures pour rejoindre Lugano depuis Zurich. En outre, les temps de trajet dans le canton entre Bellinzone, Locarno, Lugano et Mendrisio ont été sensiblement réduits.

«L'ouverture du tunnel de base du Ceneri marque le début d'une nouvelle ère pour le Tessin.»

Cette évolution rendra les voyages en transports publics en direction du Tessin encore plus attractifs à l'avenir. Roland Richard, Sales Manager chez RailAway au Tessin, se réjouit de la poursuite de la collaboration: «Avec Ticino Turismo, nous entretenons un partenariat dynamique qui perdure.»

Le saviez-vous?

→ D'une longueur de 15,4 kilomètres, le tunnel de base du Ceneri est le cinquième plus long tunnel ferroviaire de Suisse.

→ L'ensemble du tunnel compte 66,6 kilomètres de rails.

→ La traversée du tunnel de base du Ceneri dure 7 minutes.

→ Par rapport à la route de montagne, le tunnel de base du Ceneri permet de gagner une quinzaine de minutes.

→ Avec le nouveau tunnel, le temps de trajet entre Locarno et Lugano est quasiment divisé par deux.

→ 2600 panneaux se trouvent dans le tunnel de base du Ceneri.

Corporate Governance.

L'organisation de RailAway SA.

Assemblée générale.
L'assemblée générale de RailAway SA est l'organe suprême de la société. L'assemblée ordinaire se tient chaque année dans les six mois qui suivent la clôture de l'exercice. Les assemblées extraordinaires peuvent être convoquées en fonction des besoins. Le délai de convocation est de 20 jours. Au cours de l'exercice sous revue, l'assemblée générale s'est tenue le 25 mai 2020. Elle s'est déroulée virtuellement, comme stipulé dans l'ordonnance COVID-19. Les tâches et les compétences de l'assemblée générale et les droits de participation des actionnaires sont réglés dans les statuts.

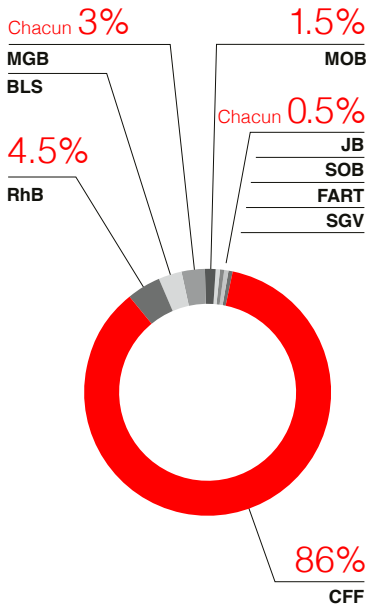
Conseil d'administration.
Conformément à l'article 13 des statuts de la société, le Conseil d'administration de RailAway SA est constitué d'au moins trois membres. Il compte actuellement six membres, dont quatre sont nommés par CFF SA et deux par les actionnaires minoritaires – un mandat d'administrateur étant assumé par un représentant de RhB AG et un autre à tour de rôle par un représentant de MGB AG et de BLS AG. Une convention interne détermine l'entreprise qui assume le mandat et sa durée. Les membres du Conseil d'administration sont élus par l'assemblée générale pour un mandat de deux ans, conformément à l'art. 13 des statuts. Ils sont rééligibles à l'issue du mandat. Le Conseil d'administration se constitue lui-même. Il élit le président, le vice-président et le secrétaire qui n'a pas besoin d'être membre du Conseil d'administration. Le président du Conseil d'administration est toujours un représentant de CFF SA. Conformément à l'art. 14 des statuts, le Conseil d'administration peut déléguer la direction opérationnelle à un-e directeur/-rice. Les compétences du Conseil d'administration et du/de la directeur/-rice sont définies dans le règlement d'organisation. Celui-ci décrit les attributions intransmissibles et inaliénables conformément à la loi, ainsi que les décisions pour lesquelles le Conseil d'administration se réserve expressément la compétence.
Au cours de l'exercice 2020, le Conseil d'administration a tenu quatre séances ordinaires. La composition du Conseil d'administration de RailAway SA était telle que présentée à la page suivante.

Direction.
Le/la directeur/-rice est responsable de toute la gestion et direction opérationnelle de la société; il/elle est élu-e par le Conseil d'administration. Les membres de la direction conduisent les affaires sur ordre du/de la directeur/-rice, conformément à la réglementation des compétences, pour autant qu'elles ne relèvent pas des attributions du Conseil d'administration. Au cours de l'exercice sous revue, la direction était composée de la directrice et des responsables des départements Gestion des partenaires, Marketing et Management Services.

Organe de révision.
L'organe de révision est élu chaque année par l'assemblée générale de RailAway SA. En référence au mandat de révision du groupe CFF, Deloitte SA a également assumé le mandat de révision de RailAway SA pour l'exercice 2020. Deloitte SA est une société d'audit soumise à la surveillance de l'État et exerce le mandat de révision chez RailAway SA depuis le 1er janvier 2020.

Forme juridique et actionnariat.

RailAway SA est une société anonyme de droit privé dont le siège est à Lucerne. Le capital-actions est de CHF 100 000.– répartis en 2000 actions nominatives d'une valeur nominale respective de CHF 50.–. Toutes les actions ont été entièrement libérées. Chaque action donne droit à une voix à l'assemblée générale. Au 31 décembre 2020, la composition de l'actionnariat était la suivante:



Le Conseil d'administration.

Président — Expiration du mandat

Alberto Bottini
Responsable Distribution CFF Voyageurs, Services et Marketing, membre de la direction CFF Voyageurs, représentant de CFF SA, domicilié à Urdorf — 2021

Vice-président

Renato Fasciati
Directeur de Rhätische Bahn AG, représentant des actionnaires minoritaires, domicilié à Coire — 2021

Conseil d'administration

Paul Blumenthal
Conseiller en entreprises, représentant de CFF SA, domicilié à Schmitten — 2021

Conseil d'administration

Dominic Hirt
CFF Voyageurs, Responsable Gestion Marketing et Distribution, représentant de CFF SA, domicilié à Münsingen — 2021

Conseil d'administration

Fernando Lehner
CEO Matterhorn Gotthard Bahn, membre de la direction, représentant des actionnaires minoritaires, domicilié à Wiler — 2021

Conseil d'administration

Yves Michael Gaberell
CFF Voyageurs, Finance Business Partner Commercial, représentant de CFF SA, domicilié à Münchenbuchsee — 2021

Secrétaire du Conseil d'administration

Fredy Summermatter
CFF Voyageurs, Responsable État-major, membre de la direction élargie du groupe Voyageurs, domicilié à Berne

Indemnités du Conseil d'administration.
Les indemnités du Conseil d'administration pour l'année 2020 tiennent compte de la responsabilité et de l'étendue des tâches des différents administrateurs. Le récapitulatif suivant présente les indemnités des membres du Conseil d'administration de RailAway SA en fonction de leurs différentes fonctions.

Ensemble des membres du Conseil d'administration (en CHF)	**2020**	2019
Honoraire (forfait de base)	**135 000**	135 000
Indemnité forfaitaire pour frais	**7 000**	7 000
Indemnité globale	**142 000**	142 000

Président du Conseil d'administration (en CHF)		
Honoraire (forfait de base)	**30 000**	30 000
Frais	**2 000**	2 000
Indemnité globale	**32 000**	32 000

Les cinq autres membres du Conseil d'administration (en CHF)		
Honoraire (forfait de base)	**105 000**	105 000
Frais	**5 000**	5 000
Indemnité globale	**110 000**	110 000

Indications:
L'indemnité globale allouée aux membres du Conseil d'administration de RailAway par les représentants des CFF Bottini, Blumenthal, Hirt et Gaberell est directement versée à CFF SA. L'indemnité globale allouée aux membres du Conseil d'administration par les représentants des actionnaires minoritaires, Fasciati et Lehner, est versée directement à RhB AG ou MGB AG.

Introduction
Entretien avec la CEO
Direction
Situation
Collaborateurs
Partenaires
Conseil d'administration
Structure organisationnelle
Actionnaires

Situation au 31 décembre 2020.

La structure organisationnelle.

Conseil d'administration

Président Alberto Bottini (CFF)
Vice-président Renato Fasciati (RhB)
Paul Blumenthal (CFF), Yves Michael Gaberell (CFF), Dominic Hirt (CFF), Fernando Lehner (MGB)

Direction

Chantal Beck

Assistante de direction

Alexandra Studer

Membre de la direction

Gestion de partenaires

Jürg Emmenegger

Service interne & plateformes publicitaires
Ueli Hug (adjoint)

Isabelle Köpfli
Fabian Wilhelm
Marion Neubauer
Susanne Reber
Sabrina Kälin

Sales Manager Tourisme
Manuel Lerch

Roland Richard
Corinne Blöchlinger
Cindy Zimmermann
Simone Delorenzi
Laetitia Chapuis

Sales Manager Événements
Wendy Zala

Gestionnaire de projet

Andreas Eggimann
Evelyn Zaugg
Andrea Spahr
Sandra Hänggi
Marcel Langenegger

Membre de la direction

Marketing

Yves Ekmann

Coordinatrice marketing

Nicole Bucher

Segments de marché
Daniel Furter (adjoint)

Romandie

Christelle Deillon

Tessin

Lorenza Scamara

Responsables de segments

Cindy Flückiger
Kathrin Bohnenblust
Karin Brönnimann
Brigitte Zurkirch
Daisy Muff

Distribution
Christoph Seeholzer

Gestionnaire des données de distribution

Stefan Heimann
Oriana Gwerder
Françoise Schnydrig
Marco Berger

Communication standard
Rahel Schwarzentruber

Responsables Communication

Olivia Vogt
Marco Kaufmann
Fanny Moreillon
Corinne Galliker
Daniel Koch
Gabriela Flückiger
Lorenza Scamara

Stagiaires

Jeannine Nager

Communication tiers
Anja Roy

Responsables Communication

Tamara Müller
Mirjam Stöckli
Lorène Chevalley
Ursula Kuster
Monika Küng
Ramona Baur
Susanne Helfenstein

Stagiaire

Nadja Kächele

Membre de la direction / directeur adjoint

Management Services

Reto Jossen

Finances
Marco Keller (adjoint)

Débiteurs / créditeurs / reporting

Adrienne Hurni

Gestion des débiteurs

Michaela Sutter

Ressources humaines
Reto Jossen

Spécialistes RH

Daniel Langenegger
Sandra Lüthold

Administration
Alexandra Studer

Front Office

Tanja Bättig

Responsable IT & Facility

Roland Tremp

Apprentis Login

3e année: Lisa Tanner
2e année: Julia Zimmermann
1re année: Laurent Kamer

Les actionnaires.

Chemins de fer fédéraux suisses CFF.
Pilier des transports publics, les CFF travaillent avec 32 500 collaborateurs à la réalisation de la vision de la mobilité de demain.

Rhätische Bahn AG (RhB).
Performance, modernité et caractère régional unique: les Chemins de fer rhétiques RhB assurent la mobilité dans les Grisons et fascinent la clientèle du monde entier.

Bern Lötschberg Simplon AG (BLS).
BLS rapproche les personnes, les régions et les localités en train, en bus et en bateau. Forte de sa vaste offre, la société est l'une des plus grandes entreprises de transport de Suisse.

Matterhorn Gotthard Bahn AG (MGB).
Matterhorn Gotthard Bahn joue un rôle de premier plan dans la gestion du transport régional de Viège à la vallée de Zermatt, à la vallée de Conches et jusqu'à la région du Gothard.

Compagnie du Chemin de fer Montreux Oberland bernois SA (MOB).
La philosophie de la compagnie du Chemin de fer Montreux Oberland bernois est de faire de chaque voyage une expérience inoubliable.

Jungfraubahn Holding AG (JB).
Jungfraubahn Holding AG exploite les chemins de fer touristiques de la région de la Jungfrau, y compris la gare la plus haute d'Europe située à 3454 mètres d'altitude.

Schweizerische Südostbahn AG (SOB).
Employant plus de 700 personnes, SOB est une société active en Suisse alémanique et au Tessin dans le transport régional de passagers et le transport grandes lignes.

Società per le Ferrovie Autolinee Regionali Ticinesi SA (FART).
FART est une société de transports publics qui opère dans la région de Locarno et des vallées environnantes.

Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees AG (SGV).
SGV AG propose des traversées du lac des Quatre-Cantons toute l'année, des croisières gastronomiques et la location de bateaux pour des événements exclusifs.