

# Roadshow marketing.

CFF Immobilier Marketing Gares  
Novembre 2025.





## L'équipe Marketing Gares et objets de placement.



Nicole Tschanz



Men-Duri Guetg



Urban Burch



Katharina Reber



Sunniva Berlinger



Heiko Meyer



Monica Gonzalez



Menja Streit



Grégoire Pilly



Matteo Theler



Cristina Mollard



# Programme.

1. Rétrospective 2025
  - Planification annuelle des campagnes
  - Budget et reporting
  - Campagnes
2. Perspectives 2026
  - Dissolution du fonds de marketing
  - Planification annuelle des campagnes
  - Informations complémentaires
3. Questions et échange



# Rétrospective 2025.



## Vue d'ensemble de la planification annuelle 2025.

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
			Campagne faîtière, 1 <sup>re</sup> vague Faire connaître l'offre/attrait	Campagne faîtière, 1 <sup>re</sup> vague Faire connaître l'offre/attrait	Campagne faîtière, 2 <sup>re</sup> vague Faire connaître l'offre/attrait

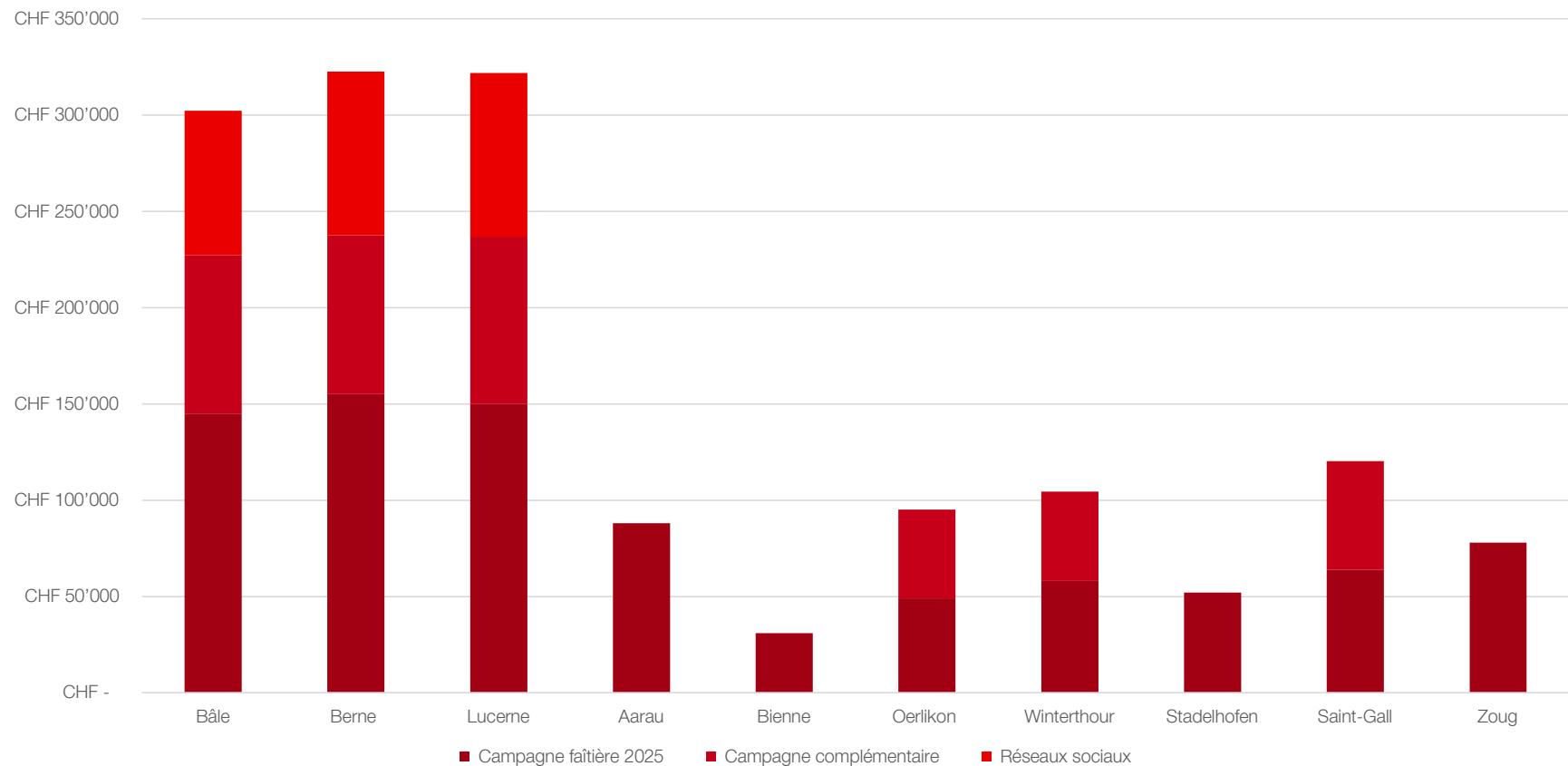
Réseaux sociaux

Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Campagne faîtière, 2 <sup>re</sup> vague Faire connaître l'offre/attrait		Campagne complémentaire. Faire connaître l'offre/attrait  Piano en gare Attrait/conversion	Campagne faîtière, 3 <sup>re</sup> vague Faire connaître l'offre/attrait  Campagne complémentaire. Faire connaître l'offre/attrait  Piano en gare Attrait/conversion	Campagne faîtière, 3 <sup>re</sup> vague Faire connaître l'offre/attrait  Campagne complémentaire. Faire connaître l'offre/attrait  Piano en gare Offre/attrait	Campagne complémentaire. Faire connaître l'offre/attrait  Piano en gare Offre/attrait

Réseaux sociaux

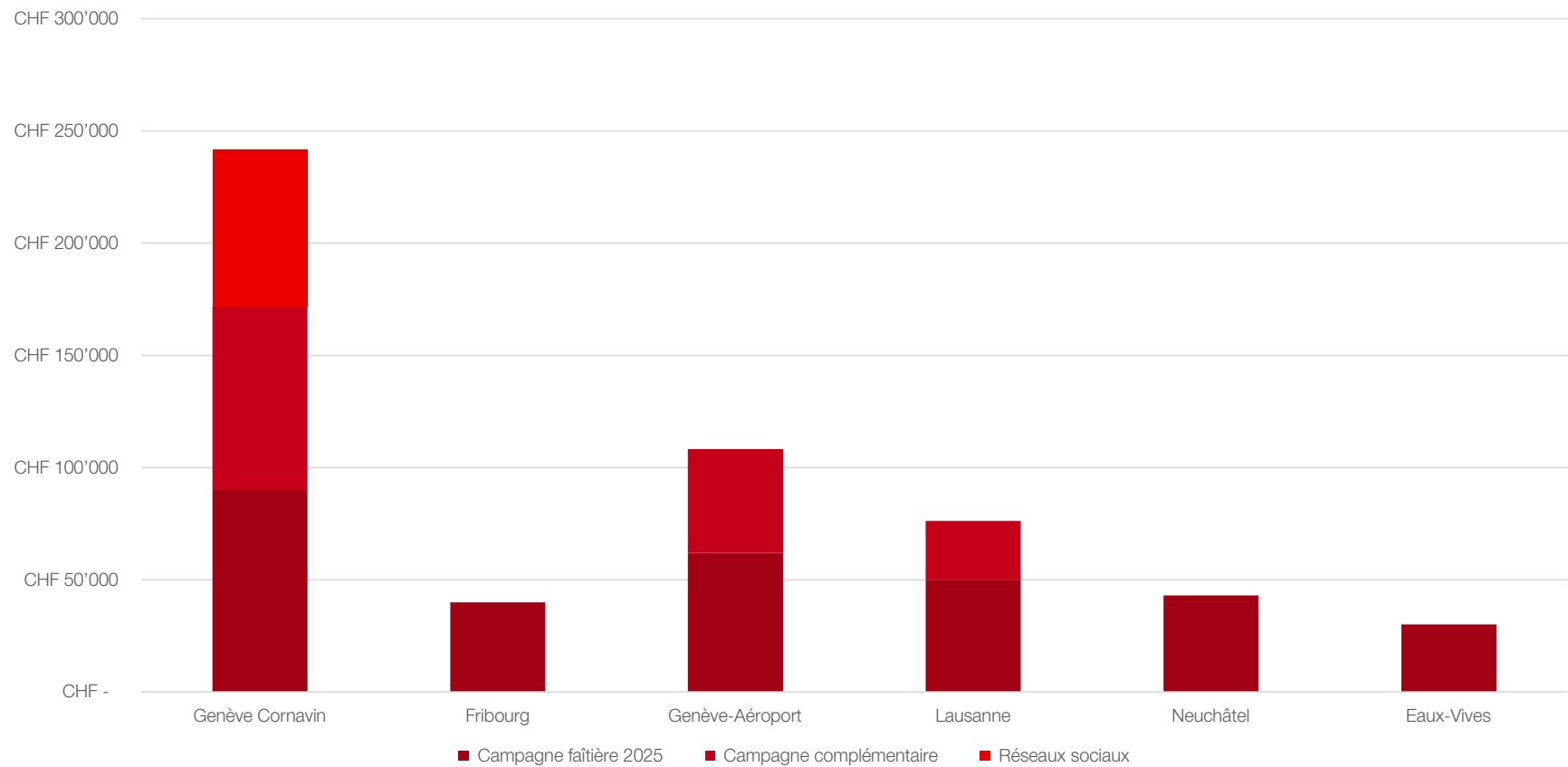


## Vue d'ensemble du budget des gares 2025.





## Vue d'ensemble du budget des gares 2025.





# Rétrospective des campagnes.



## Campagne faîtière.

Situation initiale/idée	Objectif
<ul style="list-style-type: none"><li>Après le succès de la campagne «On trouve tout à la gare» menée de 2022 à 2024, nous avons conçu une nouvelle campagne faîtière attrayante qui promeut les achats en gare.</li><li>La priorité est donnée à l'orientation clientèle.</li></ul>	Positionner les gares comme des destinations d'achat attrayantes, rapides et pratiques. Ouvertes tous les jours, regroupant tout en un seul lieu.
Période et lieu	Instrument-clé
Avril/mai Juin/juillet Octobre/novembre	Hors ligne: affiches, panneaux électroniques, annonce dans 20 Minutes (journal gratuit), publicités intérieures et extérieures sur les bus
Gares: Aarau, Bâle CFF, Berne, Biel/Bienne, Fribourg, Genève Cornavin, Genève Eaux-Vives, Genève-Aéroport, Lausanne, Lucerne, Neuchâtel, Saint-Gall, Winterthour, Oerlikon, Stadelhofen, Zoug.	En ligne: réseaux sociaux, bannière avec géolocalisation

# Campagne faîtière 2025.



# Campagne faîtière 2025.



Résumé des vagues du printemps et de l'été.

Impressions: 17 873 414

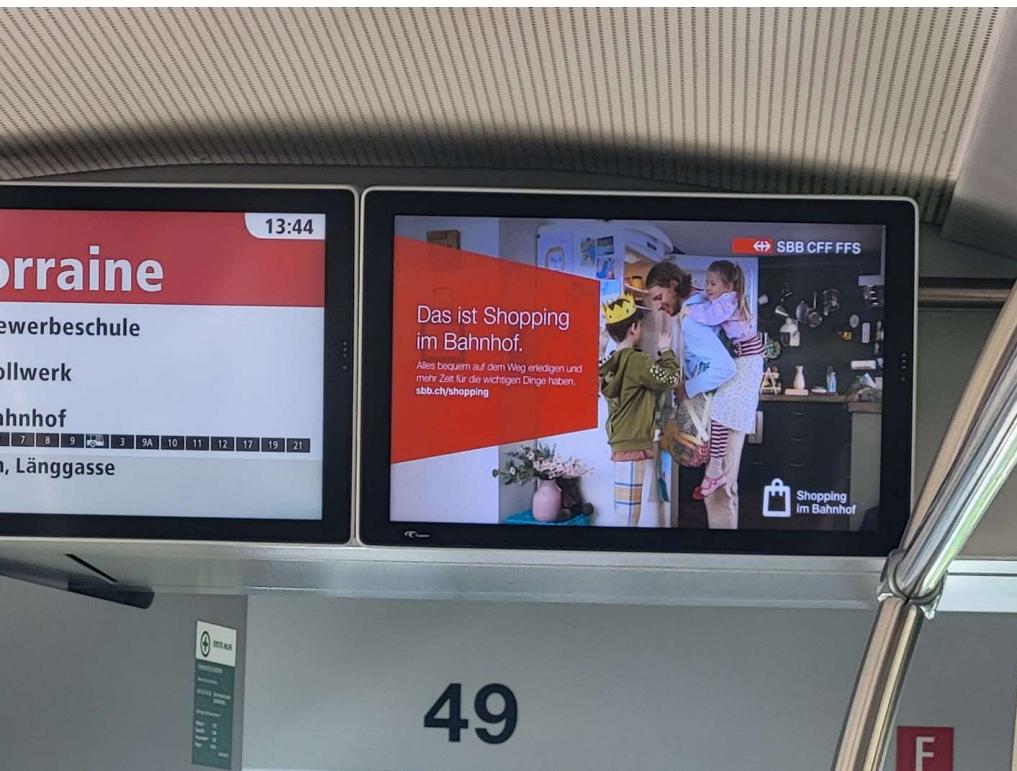
Clics: 52 641

CPM: CHF 10.31

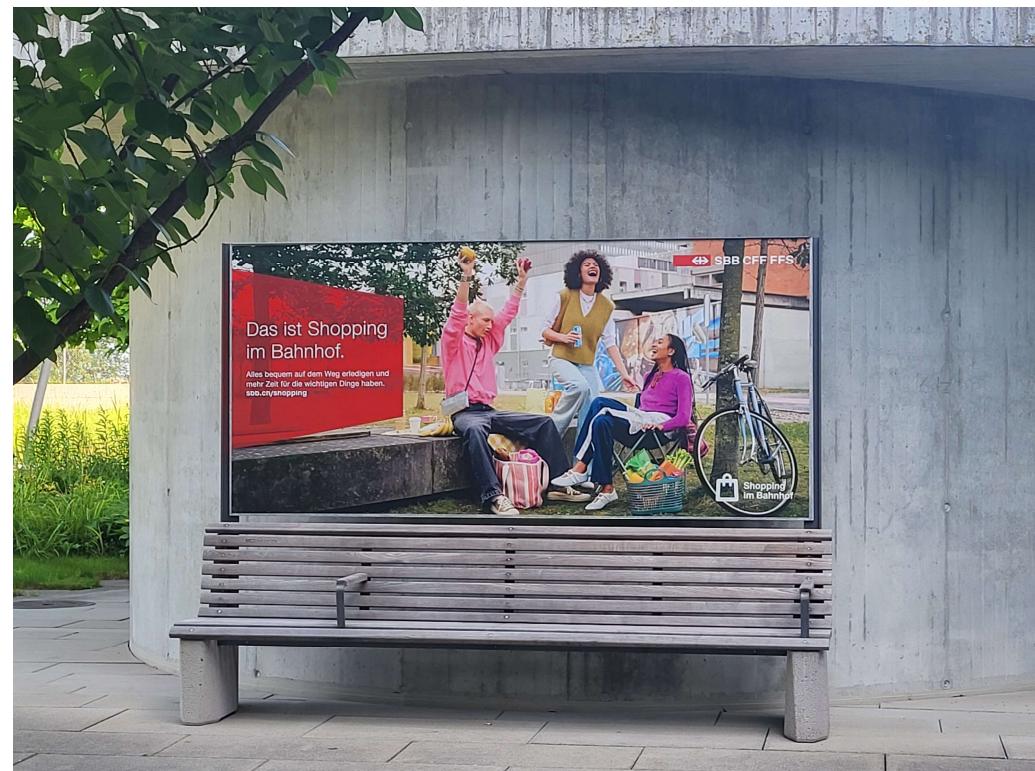
L'évaluation de la dernière vague (octobre/novembre) n'est pas encore disponible.



Publicité intérieure et extérieure dans les transports publics.



Affiche aux arrêts de tram et de bus



## Campagne complémentaire – actions promotionnelles à l'aide de sacs en tissu.

### Planification de la tournée:

Genève-Aéroport (sam 20.9.2025; jeu 13.11.2025; mer 10.12.2025)

Gare d'Oerlikon (jeu 25.9.2025; sam 25.10.2025; mar 25.11.2025)

Gare de Saint-Gall (mer 22.10.2025; mar 18.11.2025; sam 20.12.2025)

Gare de Winterthour (jeu 23.10.2025; sam 8.11.2025; mar 16.12.2025)

Gare de Genève Eaux-Vives (mar 28.10.2025; sam 15.11.2025; mer 3.12.2025)

Gare de Berne (jeu 30.10.2025; ven 31.10.2025; sam 1.11.2025)

Lausanne Métro 2 Flon (mar 4.11.2025; sam 6.12.2025; jeu 18.12.2025)

Gare de Genève Cornavin (jeu 27.11.2025; ven 28.11.2025; sam 29.11.2025)

Gare de Lucerne (jeu 20.11.2025; ven 21.11.2025; sam 22.11.2025)

Gare de Bâle (jeu 11.12.2025; ven 12.12.2025; sam 13.12.2025)





## Impressions recueillies dans les gares.





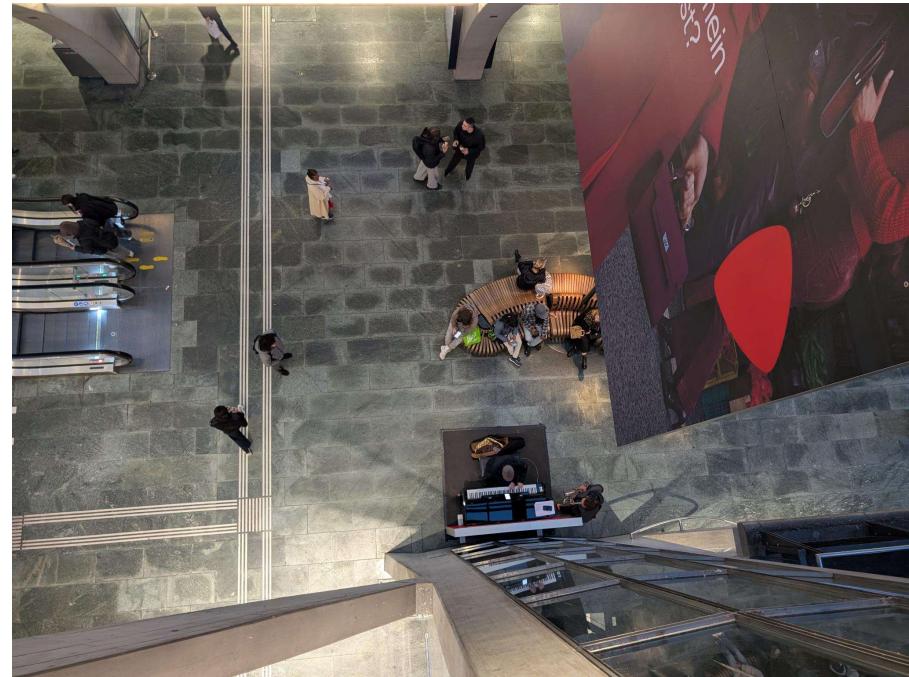
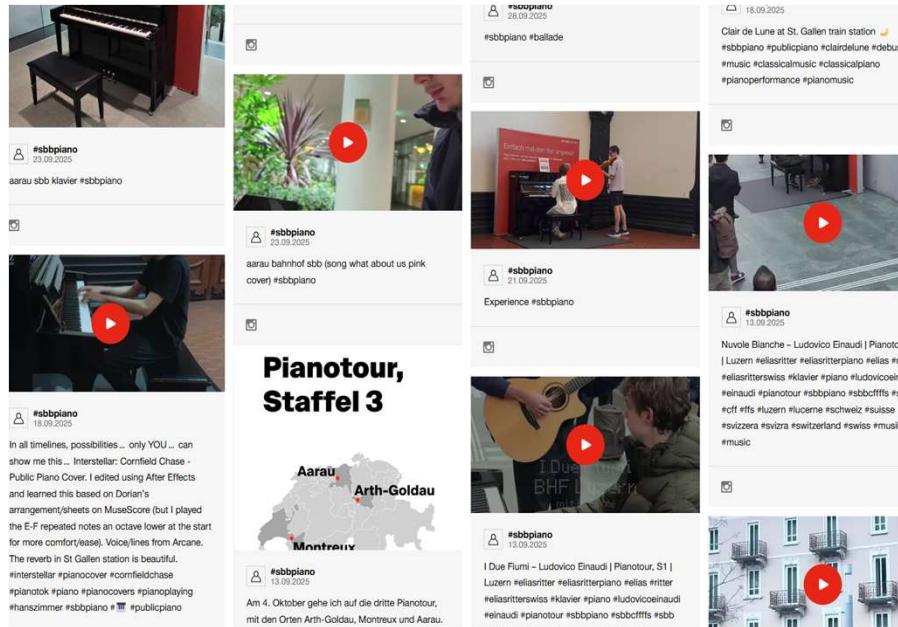
## Campagne complémentaire – actions promotionnelles à l'aide de sacs en tissu.

Situation initiale/idée	Objectif
<ul style="list-style-type: none"><li>Production d'un sac en tissu de qualité comme support publicitaire durable et résistant.</li><li>Distribution des sacs par échantillonnage événementiel sur l'ensemble des sites, le tout complété d'un jeu de Plinko pour plus d'interaction.</li><li>Objectif: accroître la visibilité et la popularité du nouveau sac par rapport à celles des anciens sacs de shopping CFF encore largement utilisés.</li><li>Amélioration de la notoriété de la marque grâce à un produit de qualité que les utilisatrices et utilisateurs conserveront longtemps.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Accroître la visibilité et la popularité des nouveaux sacs «Shopping en gare» par rapport à celles des anciens sacs de shopping CFF encore largement utilisés.</li><li>Faire en sorte que les clientes et clients, par leur usage quotidien et leur recommandation, deviennent des véhicules publicitaires crédibles.</li></ul>
Période et lieu	Instrument-clé
De septembre à décembre 2025	Hors ligne: échantillons, y c. stands promotionnels (Bâle CFF, Berne, Genève Cornavin et Lucerne)
Gares: Bâle CFF, Berne, Genève Cornavin, Genève Eaux-Vives, Genève-Aéroport, Lausanne, Lucerne, Saint-Gall, Zurich-Oerlikon, Winterthour	



# Pianos en tournée: participer et partager.

Lassen Sie sich von den spontanen Konzerten in den Bahnhöfen inspirieren. Wir freuen uns, wenn auch Sie vor Ort in die Tasten greifen und ein Video davon mit dem Hashtag #sbbpiano teilen.  
Wenn Ihr Social Media Profil öffentlich ist, erscheint Ihr Video hier im Feed.





## Pianos en tournée.

Situation initiale/idée	Objectif
<ul style="list-style-type: none"><li>En raison de leur popularité et de diverses demandes, les pianos sont de nouveau présents cette année dans plusieurs gares de Suisse.</li><li>Les pianos ont un effet positif sur l'image des gares.</li><li>Certaines vidéos des musiciennes et musiciens de passage se propagent de manière virale sur les réseaux sociaux.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Améliorer l'image et la satisfaction de la clientèle dans les gares.</li><li>Créer un effet de surprise pour toutes les générations.</li></ul>
Période et lieu	Instrument-clé
De septembre 2025 à janvier 2026	Hors ligne: pianos dans les gares
Gares: Aarau, Arth-Goldau, Berne, Biel/Bienne, Chiasso, Delémont, Fribourg, Genève Eaux-Vives, Genève-Aéroport, Lucerne, Montreux, Olten, Soleure, Saint-Gall et Winterthour	En ligne: site Internet <a href="http://www.cff.ch/piano">www.cff.ch/piano</a> Réseaux sociaux avec géolocalisation



## Réseaux sociaux des gares.

Situation initiale/idée	Objectif
<ul style="list-style-type: none"><li>En 2025, les canaux des gares ont à nouveau été exploités.</li><li>De nouveaux contenus ont été conçus pour souligner le lien avec la gare comme destination de shopping.</li><li>Comme les années passées, les locataires ont aussi participé. Les contributions sont mises en avant par centre d'intérêt.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Conversion</b> – la fréquentation et la durée de séjour dans les gares doivent augmenter.</li><li><b>Recommandation</b> – la gare doit être perçue et recommandée comme destination pour se restaurer et faire des achats.</li><li><b>Popularité</b> – l'offre dans les gares doit être communiquée en continu pour gagner en popularité.</li></ul>
Période et lieu	Instrument-clé
<ul style="list-style-type: none"><li>De janvier au 31 décembre 2025</li></ul> <p>Gares: Bâle CFF, Berne, Genève Cornavin et Lucerne</p>	En ligne: Facebook et Instagram Push du contenu organique



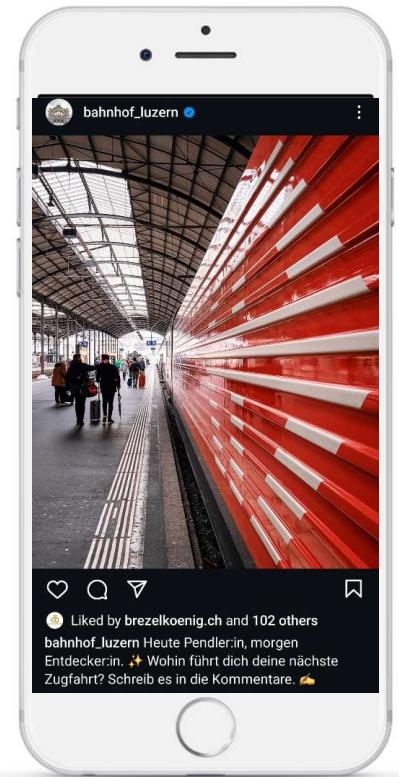
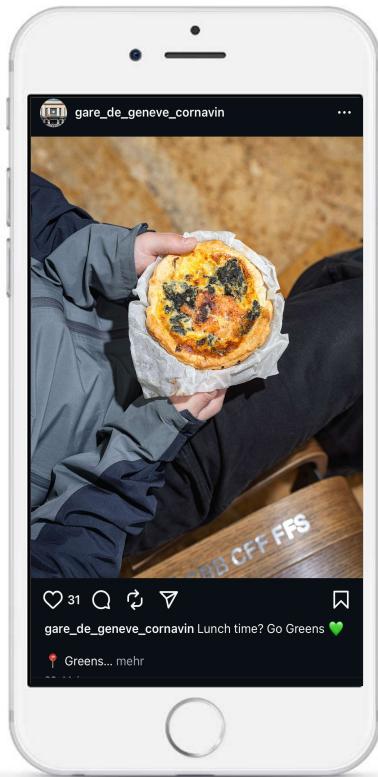
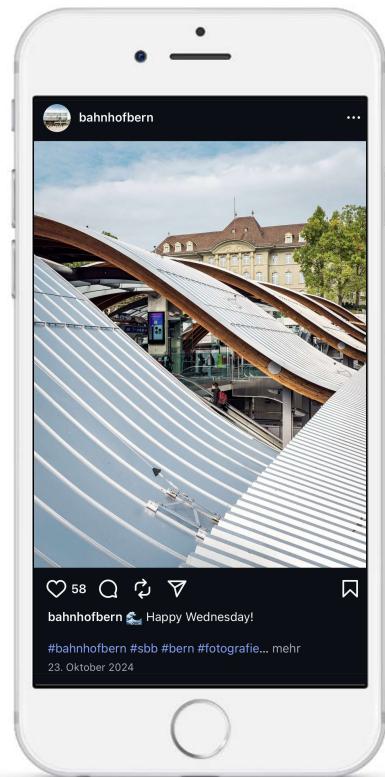
## Canaux de réseaux sociaux des gares.

	Bâle CFF	Berne	Lucerne	Genève Cornavin
<b>Publications</b>				
Facebook	31	33	31	24
Instagram	42	51	48	39
<b>Impressions</b>				
Facebook	3 463 856	6 127 968	4 132 261	3 390 542
Instagram	1 028 635	1 524 588	1 244 395	916 694
<b>Portée</b>				
Facebook	702 534	660 936	292 804	568 306
Instagram	452 876	890 511	515 979	382 658
<b>Followers</b>				
Facebook	10 838	11 026	6266	9344
Instagram	3330	4229	3508	3924

De janvier à octobre 2025

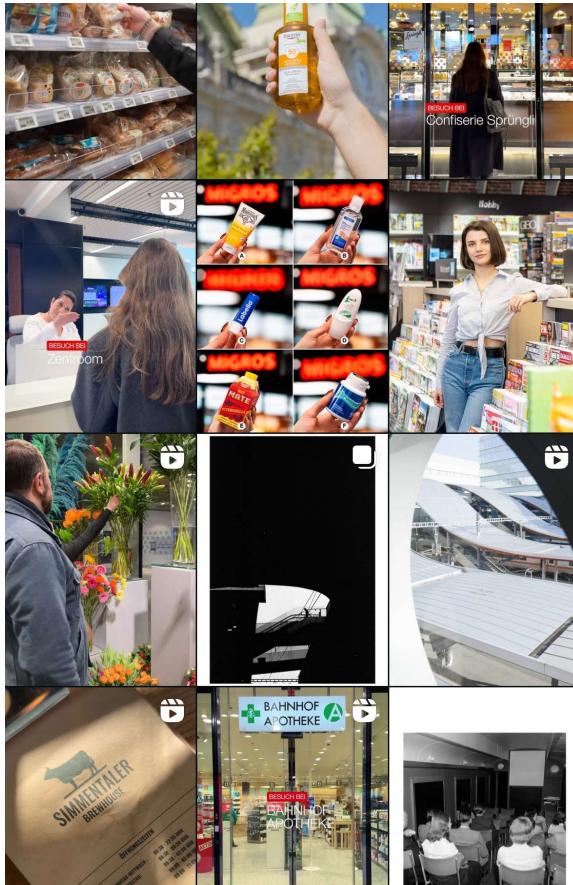


## Réseaux sociaux des gares.

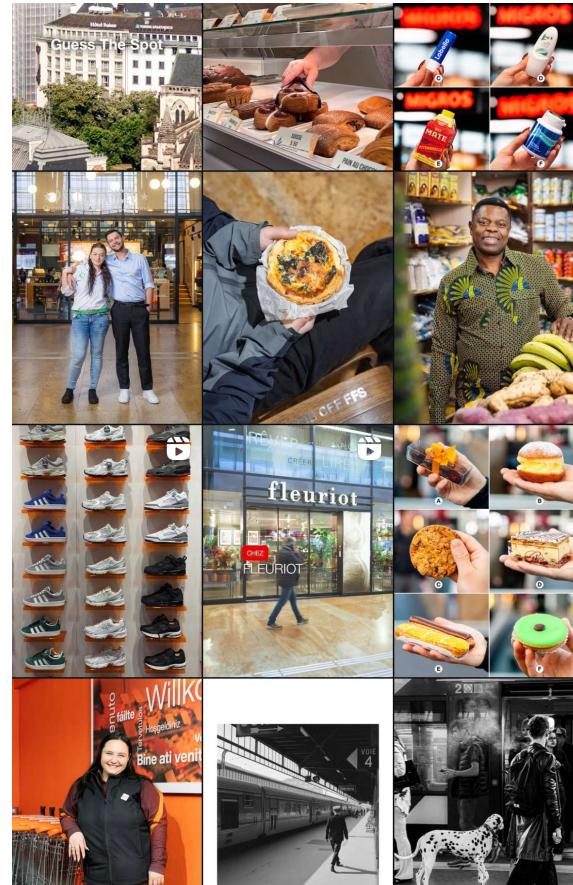




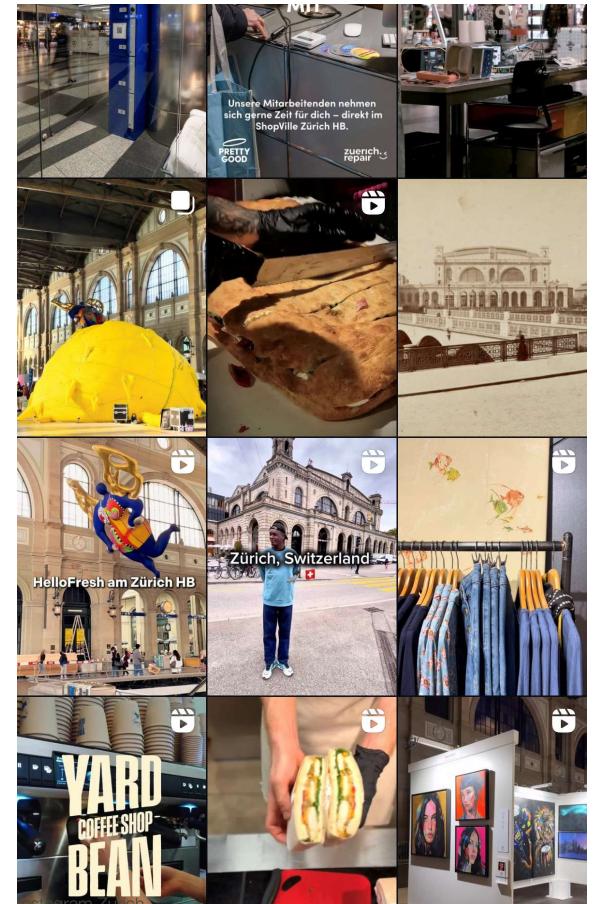
## Réseaux sociaux des gares.



Instagram gare principale de Berne



Instagram Genève Cornavin



Instagram Zurich



# Des questions sur la rétrospective?



# Perspectives 2026.



# Dissolution du fonds de marketing.



## Réorientation du marketing des gares: dissolution du fonds de marketing au 30 juin 2026.

- La structure actuelle du fonds de marketing est de moins en moins flexible: l'affectation des fonds à un lieu et un usage précis ne permet pas de réagir de manière ciblée à l'évolution des besoins des différentes gares.
- Par conséquent, après un examen approfondi, les CFF ont décidé de dissoudre le fonds de marketing au 30 juin 2026 et d'établir un décompte final.
- L'information concernant la dissolution du fonds de marketing a été envoyée aux locataires en octobre. Les avenants suivront au 1<sup>er</sup> trimestre 2026.
- D'ici au 30 juin 2026, toutes les mesures marketing seront mises en œuvre avec l'argent issu du fonds de marketing. Aucun montant ne sera remboursé ni réclamé ultérieurement.
- À partir du 1<sup>er</sup> juillet, les locataires commerciaux ne payeront plus de contributions.
- Les CFF continueront néanmoins d'investir dans le marketing des gares.



## Qu'est-ce qui change pour le marketing des gares à partir de juillet 2026?

- À l'avenir, les CFF financeront sur leurs propres fonds l'intégralité du marketing des gares.
- En feront partie les offres de base suivantes:
  - Maintenance et hébergement des sites Internet des gares
  - Présence du logo sur les supports de l'orientation clientèle commerciale
  - Promotion de l'offre de shopping attrayante dans les gares
  - Gestion des canaux de réseaux sociaux à Bâle CFF, Berne, Genève Cornavin et Lucerne (contenu mis à disposition)
- Des mesures de soutien seront mises en œuvre selon les besoins.



## Qu'est-ce qui change pour les locataires commerciaux au 1<sup>er</sup> juillet 2026?

- Les ressources versées dans le fonds sont à la disposition des locataires commerciaux pour leurs propres mesures marketing.
- Nous recommandons de continuer de les investir de manière ciblée dans des mesures marketing locales en gare. Les gares restent de puissantes plateformes publicitaires qui bénéficient d'une large portée, et nous souhaitons continuer à exploiter collectivement leur potentiel.
- L'équipe Marketing Gares restera joignable comme d'habitude et apportera son soutien aux locataires commerciaux pour toute question marketing et lors de nouvelles ouvertures.
- Les CFF étudient la possibilité d'offrir des avantages complémentaires sur leurs propres plateformes publicitaires.



## Flux d'information à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2026.

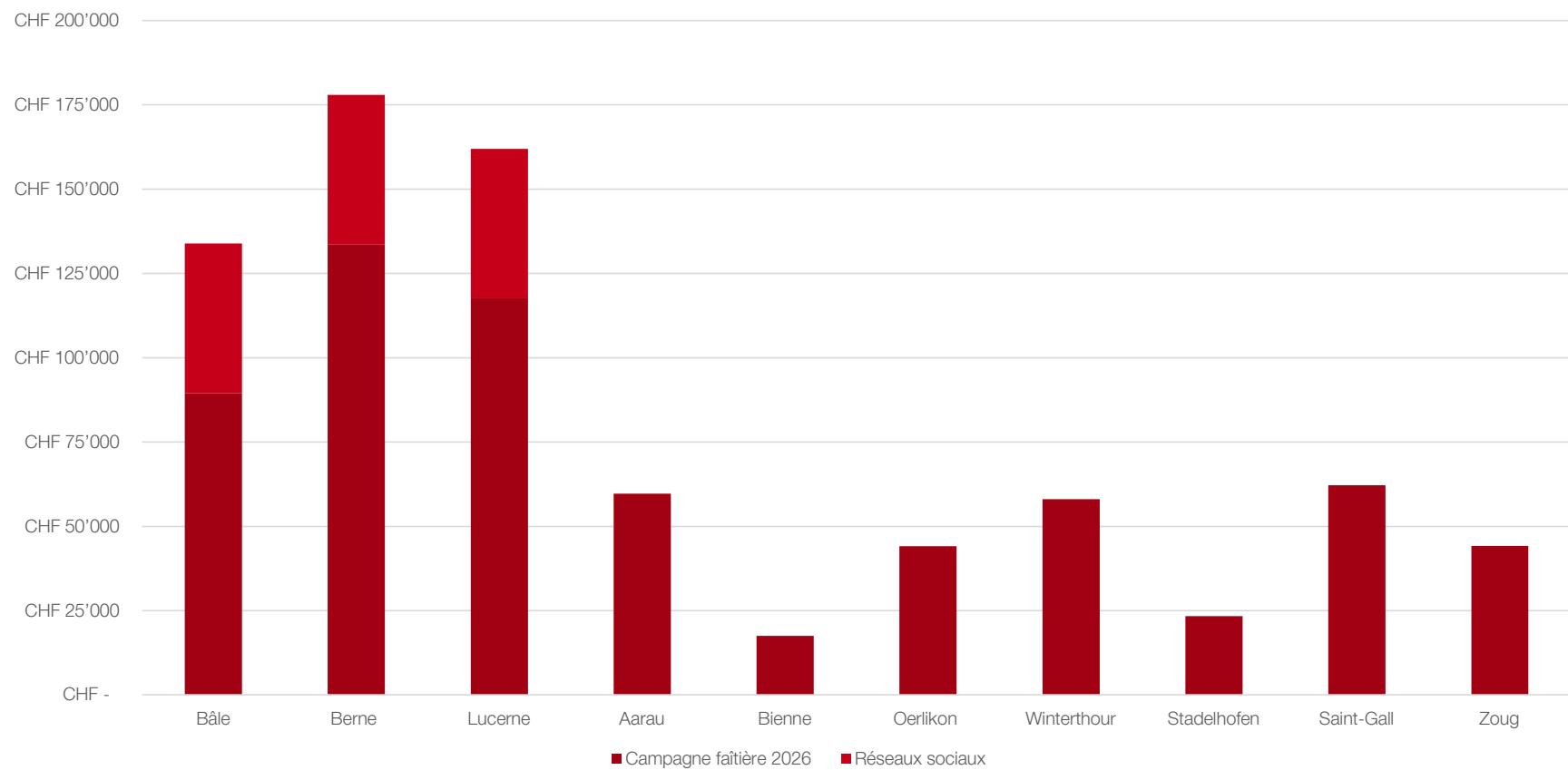
- Mai 2026: prochain roadshow marketing.
- Contact et informations sur les mesures marketing désormais sur le portail des locataires. Demandez à votre administrateur du portail des locataires de vous inscrire. Remplace la plateforme de marketing.
- Nouvelle factsheet présentant des avantages et des informations sur les plateformes publicitaires dans les gares.



# Planification des campagnes 2026.

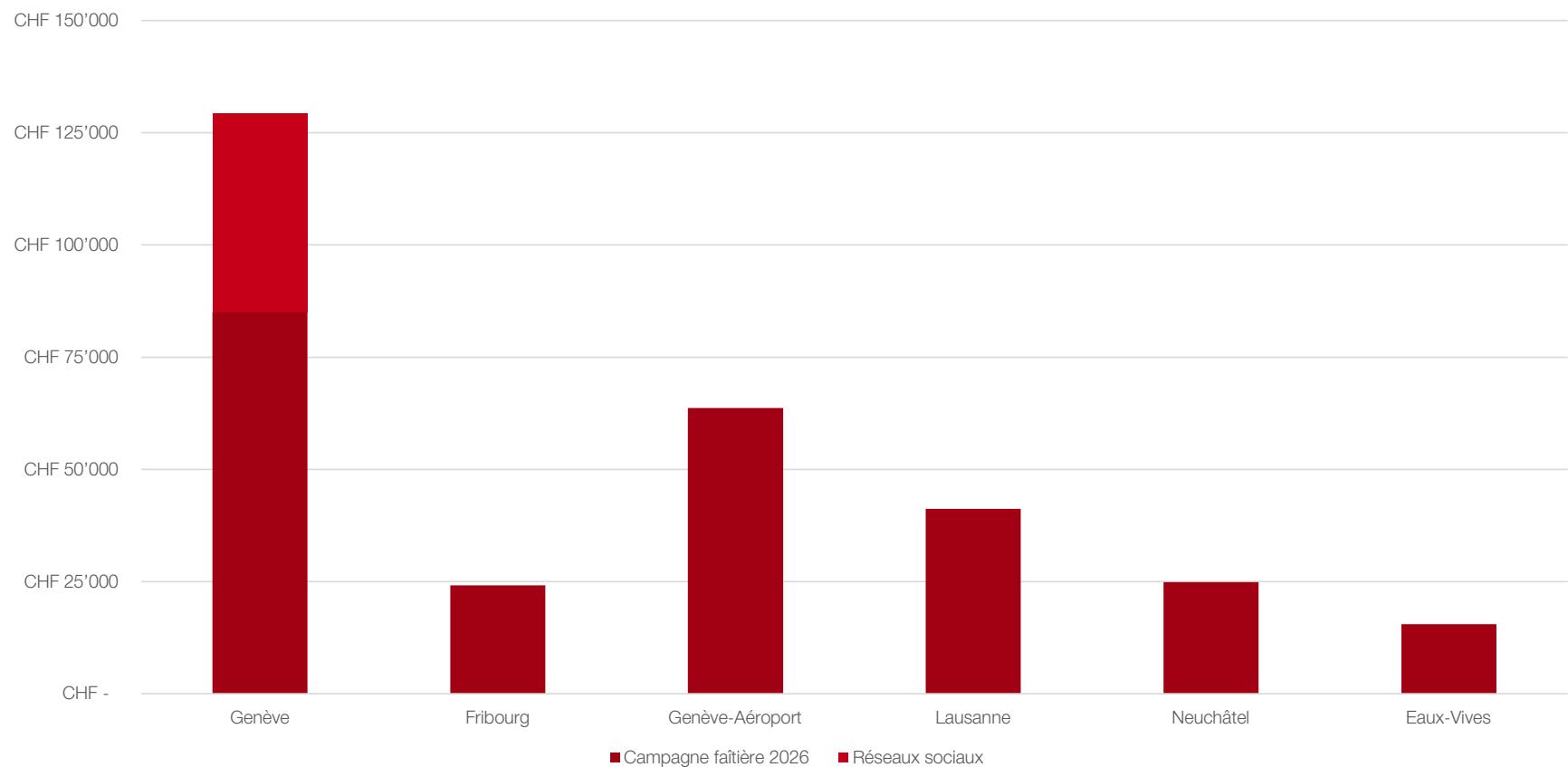


## Vue d'ensemble du budget des gares de janvier à juin 2026.





## Vue d'ensemble du budget des gares de janvier à juin 2026.





Campagne faîtière  
gares 2026.



 SBB CFF FFS



## Campagne faîtière 2026.

Situation initiale/idée	Objectif
<ul style="list-style-type: none"><li>Les visuels de la campagne faîtière 2025 seront réutilisés pour la campagne faîtière 2026.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Positionner les gares comme des destinations d'achat attrayantes, rapides et pratiques.</li></ul>
Période et lieu	Instrument-clé
<p>Mars/avril et juin/juillet (sur le budget du fonds de marketing)</p> <p>Octobre – novembre</p> <p>Gares: Aarau, Bâle CFF, Berne, Biel, Fribourg, Genève Cornavin, Genève-Aéroport, Lausanne, Lucerne, Neuchâtel, Saint-Gall, Winterthour, Zurich Oerlikon, Stadelhofen, Zug</p> <p>À partir de juillet, autres emplacements en option</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>Hors ligne: affiches aux arrêts de tram/bus, panneaux électroniques, Passenger TV, publicités sur les trams et les bus</li><li>En ligne: réseaux sociaux, bannières avec géolocalisation, marketing d'influence</li></ul>



## Réseaux sociaux des gares.

Situation initiale/idée	Objectif
<ul style="list-style-type: none"><li>En 2026, les canaux des gares seront à nouveau exploités.</li><li>De nouveaux contenus seront conçus pour souligner le lien avec la gare comme destination de shopping.</li><li>Comme les années passées, les locataires seront impliqués. Les contributions seront mises en avant par centre d'intérêt.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Conversion</b> – la fréquentation et la durée de séjour dans les gares doivent augmenter.</li><li><b>Recommandation</b> – la gare doit être perçue et recommandée comme destination pour se restaurer et faire des achats.</li><li><b>Popularité</b> – l'offre dans les gares doit être communiquée en continu pour gagner en popularité.</li></ul>
Période et lieu	Instrument-clé
Janvier – juin : diffusion active par les CFF Juillet – décembre : diffusion réduite par les CFF et contenu généré par les locataires.  Gares : Bâle CFF, Berne, Genève Cornavin, Lucerne	En ligne: Facebook et Instagram



## Réseaux sociaux dès le 1er juillet 2026.

- Nous souhaitons continuer à maintenir actifs nos réseaux sociaux et les alimenter avec des publications attrayantes provenant des commerces.
- Fréquence des publications: 2 à 3 posts par mois et jusqu'à 2 stories par semaine sont prévus. Les CFF mettent à disposition un budget pour la promotion des articles.

### Poursuite du développement de la coopération.

- Les commerces génèrent de manière proactive leurs propres contributions (texte, image) et les envoient directement à : [socialmedia.immobilier@cff.ch](mailto:socialmedia.immobilier@cff.ch)
- Promotion des publications collaboratives afin de partager des contenus communs et d'augmenter la portée de nos contenus.
- Partage de contenu via Repost. Les publications accompagnées du tag sont activement republiées. (@bahnhofbern, @gare\_de\_geneve\_cornavin, @bahnhof\_basel\_sbb, @bahnhof\_luzern)



## Pianos en tournée.

La poursuite de la campagne des pianos en 2026 est à l'étude.





# Informations complémentaires.



## Site Internet des gares: optimisez la page de votre commerce.

Exemple.

Brezelkönig.



Öffnungszeiten.

Normale Öffnungszeiten.

Mo.-So. 5.00-23.00 h

Alle Angaben ohne Gewähr.

Eine Brezel für den kleinen Hunger oder ein reich belegtes Sandwich für die Zugfahrt? Brezelkönig freut sich auf Ihren Besuch.

Kontakt.

  
**Brezelkönig**

Tel.: [+41 41 289 64 64](tel:+41412896464)  
[E-Mail](mailto:)  
[Website](http://www.brezelkoenig.ch)

Ähnliches entdecken.

[Restaurants / Take-Away](#) 10

Saisissez l'occasion pour renforcer l'attrait et la standardisation de vos commerces dans les gares.

Proposez une description attrayante de votre offre pouvant être ajoutée automatiquement dans tous vos commerces situés dans nos gares.

Envoyez-nous une photo standard que nous enregistrerons en back up pour vos commerces. Cette image sera utilisée en attendant une photo actuelle de la devanture de votre commerce.

Votre offre bénéficiera ainsi d'une présentation professionnelle à tout moment et attirera davantage de clientes et clients!

Contact: [marketing.immobiliens@sbb.ch](mailto:marketing.immobiliens@sbb.ch)



## Informations et contacts.



**Plateforme de marketing**  
cff.ch/locataires  
Utilisateur: Locataire  
Mot de passe: qe-wNB\*?

Jusqu'au 30 juin 2026.  
A partir du 1er juillet via le  
portail des locataires.



### Roadshow

Prochaine date: T2 2026



**marketing.immobilier@cff.ch**

Pour toute question ou demande sur le  
marketing

**socialmedia.immobilier@cff.ch**

Pour les idées et suggestions de thèmes  
pour les réseaux sociaux

(Gare de Genève Cornavin)



# Questions et échange.

Danke, merci,  
grazie.