Note de Cadrage :

Budget 2024

et

PMT 2024-2028

-

Europe de l'Ouest

**Introduction**

Cette note de cadrage a pour objectif de définir les grandes lignes du budget 2024 et du plan moyen terme pour les régions européennes suivantes : Scandinavie, Europe du Sud, Europe de l'Ouest et Royaume-Uni. Elle vise à aligner nos ressources financières avec nos objectifs stratégiques, tout en tenant compte des spécificités de chaque région.

**1. Contexte et Objectifs Stratégiques**

**1.1. Contexte Général**

**L'industrie du transport de personnes est en constante évolution, influencée par des facteurs tels que la digitalisation, les préoccupations environnementales, et les changements dans les comportements des consommateurs. Notre entreprise doit s'adapter à ces tendances pour rester compétitive et répondre aux attentes de nos clients.**

**1.2. Contexte Macroéconomique**

* **Croissance Économique : L'Europe connaît une croissance économique modérée, avec des variations régionales. La Scandinavie et l'Europe de l'Ouest montrent des signes de reprise plus rapide, tandis que l'Europe du Sud et le Royaume-Uni font face à des défis économiques persistants.**
* **Inflation : L'inflation reste un défi majeur, affectant les coûts des matières premières et des services. Les entreprises doivent gérer ces coûts tout en maintenant leur compétitivité.**
* **Politiques Environnementales : Les réglementations environnementales deviennent de plus en plus strictes, poussant les entreprises à adopter des solutions de transport plus écologiques.**
* **Technologie et Innovation : L'adoption rapide des technologies numériques et l'innovation dans les transports sont des moteurs de croissance et de compétitivité.**
* **Mobilité Urbaine : La demande de solutions de mobilité urbaine efficaces et durables est en forte augmentation, en particulier dans les grandes villes.**

**1.3. Objectifs Stratégiques**

1. **Amélioration de la Qualité de Service : Investir dans des technologies et des infrastructures pour améliorer l'expérience client.**
2. **Développement Durable : Réduire notre empreinte carbone en adoptant des solutions de transport plus écologiques.**
3. **Expansion et Diversification : Explorer de nouveaux marchés et diversifier nos offres de services.**
4. **Optimisation des Coûts : Améliorer l'efficacité opérationnelle pour réduire les coûts sans compromettre la qualité.**
5. **Réduction des Coûts Généraux et de Stockage : Optimiser les coûts généraux et de stockage pour améliorer la rentabilité.**

**2. Budget 2024**

**2.3. Europe de l'Ouest**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Catégorie** | **Évolution (% par rapport à 2023)** | **Point clé** | **Objectif par Pays** |
| **Technologie** | 12% | L'Europe de l'Ouest est un marché mature avec des attentes élevées en matière de technologie. Investir dans des systèmes avancés permettra d'améliorer l'efficacité opérationnelle et de répondre aux attentes des clients. | **Belgique : Augmenter la part de marché de 12% sur le budget 2024.** |
| **Infrastructure** | +10% | Les infrastructures de transport en Europe de l'Ouest nécessitent des améliorations pour répondre à la demande croissante et aux normes de qualité. |  |
| **Véhicules Écologiques** | +15% | Investir dans des véhicules écologiques est essentiel pour répondre aux attentes des consommateurs et aux réglementations environnementales. |  |
| **Maintenance** | -5% | La maintenance régulière est cruciale pour garantir la sécurité et la fiabilité des services de transport. Cependant nous devons faire un effort sur le coût de maintenance. | **République tchèque** : Réduire les coûts de maintenance de 5% en 2024 **Allemagne : Réduire les coûts de maintenance de 5% en 2024** |
| **Personnel** | +10% | Un personnel bien formé est essentiel pour offrir un service de qualité et répondre aux attentes des clients. |  |
| **Coûts Logistiques** | +5% | La logistique efficace est nécessaire pour assurer la disponibilité des véhicules et des pièces de rechange. | **Belgique et Pays-Bas : Réduire les coûts logistiques de 12% sur le budget 2024.** |
| **Coûts Marketing** | +10% | Le marketing est essentiel pour attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants. | **Allemagne et République tchèque** : Continuer l'effort sur les campagnes Marketing.Les coûts marketing peuvent augmenter jusqu'à 10% sur le budget 2024. |
| **Coûts Généraux** | -13% | Les coûts généraux sont nécessaires pour assurer le bon fonctionnement de l'entreprise. Une réduction de 5% est prévue pour optimiser les dépenses. | **Slovaquie et République tchèque** : Malgré le faible coût de ces pays, réduire les coûts généraux de 13% en 2024 |
| **Coûts Stockage** | -10% | Un stockage efficace est nécessaire pour garantir la disponibilité des pièces de rechange et des matériels. Une réduction de 10% est prévue pour optimiser les coûts. | **Belgique et Pays-Bas : Réduire les coûts de stockage de 10% sur le budget 2024.** |
| **Objectif de Ventes** | +12% par rapport à 2023 | Cet objectif est réaliste compte tenu des investissements prévus et des stratégies de marketing. |  |
| **Stratégies de Vente** | Promotions saisonnières et programmes de fidélité | Les promotions et les programmes de fidélité sont des outils efficaces pour attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants. |  |

**3. Plan Moyen Terme (2024-2028)**

**3.1. Objectifs à Moyen Terme**

|  |  |
| --- | --- |
| **Objectif** | **Description** |
| **Augmentation de la Part de Marché** | Atteindre une part de marché de 20% dans chaque région d'ici 2028. Cet objectif est ambitieux mais réaliste compte tenu des investissements prévus et des stratégies de marketing. |
| **Réduction de l'Empreinte Carbone** | Réduire les émissions de CO2 de 30% par rapport aux niveaux de 2023. La réduction de l'empreinte carbone est essentielle pour répondre aux attentes des consommateurs et aux réglementations environnementales. |
| **Innovation Technologique** | Développer et intégrer des technologies de pointe pour améliorer l'efficacité et la sécurité. L'innovation technologique est essentielle pour rester compétitif et répondre aux attentes des clients. |
| **Satisfaction Client** | Maintenir un taux de satisfaction client de 90% ou plus. La satisfaction client est essentielle pour fidéliser les clients et attirer de nouveaux clients. |
| **Optimisation des Coûts** | Réduire les coûts généraux et de stockage de 10% par an. L'optimisation des coûts est essentielle pour améliorer la rentabilité de l'entreprise. |

**3.2. Stratégies Régionales**

**3.2.3. Europe de l'Ouest**

|  |  |
| --- | --- |
| **Stratégie** | **Point clé** |
| **Technologie** | Développer des applications mobiles et des systèmes de billetterie électronique pour améliorer l'expérience client. L'Europe de l'Ouest est un marché mature avec des attentes élevées en matière de technologie. Investir dans des systèmes avancés permettra d'améliorer l'efficacité opérationnelle et de répondre aux attentes des clients. |
| **Sécurité** | Investir dans des technologies de sécurité pour garantir la sécurité des passagers. La sécurité des passagers est une priorité absolue et essentielle pour offrir un service de qualité. |
| **Expansion** | Explorer de nouvelles opportunités de marché dans les zones rurales et périurbaines. L'expansion permet de répondre à la demande croissante et d'offrir de nouveaux services aux clients. |
| **Rationalisation des Dépenses** | Réduire les coûts logistiques et de stockage en optimisant les chaînes d'approvisionnement et en centralisant les stocks. Les Pays-Bas offrent un environnement logistique avancé, permettant une gestion plus efficace des ressources et une réduction des coûts. |

Pays : Belgique, Pays-Bas, Allemagne, République tchèque, Slovaquie

* Belgique : La Belgique est un marché mature avec des attentes élevées en matière de technologie. Les investissements dans les systèmes avancés et les véhicules écologiques sont essentiels pour répondre aux attentes des clients.
* Pays-Bas : Les Pays-Bas offrent un environnement logistique avancé, permettant une gestion plus efficace des ressources et une réduction des coûts.
* Allemagne : L'Allemagne nécessite des améliorations des infrastructures pour répondre à la demande croissante. La formation du personnel et la logistique efficace sont cruciales pour garantir un service de qualité.
* République tchèque : La République tchèque a un potentiel de croissance important. Les investissements dans les technologies avancées et les véhicules écologiques sont essentiels pour améliorer l'efficacité opérationnelle et répondre aux attentes des clients.
* Slovaquie : La Slovaquie nécessite des améliorations des infrastructures pour répondre à la demande croissante. La formation du personnel et la logistique efficace sont cruciales pour garantir un service de qualité.

**4. Conclusion**

Le budget 2024 et le plan moyen terme pour les régions européennes sont conçus pour aligner nos ressources financières avec nos objectifs stratégiques. En investissant dans la technologie, l'infrastructure, et les véhicules écologiques, nous pouvons améliorer la qualité de service, réduire notre empreinte carbone, et explorer de nouvelles opportunités de marché. Ensemble, nous pouvons atteindre nos objectifs et renforcer notre position sur le marché européen.

**5. Annexes**

5.1. Détails des Investissements Technologiques

* Systèmes de Gestion de Flotte : Description des systèmes et des fournisseurs potentiels.
* Billetterie Électronique : Description des solutions et des fournisseurs potentiels.

5.2. Détails des Investissements en Infrastructure

* Amélioration des Gares et des Arrêts de Bus : Description des projets et des coûts associés.

5.3. Détails des Investissements en Véhicules Écologiques

* Véhicules Électriques et Hybrides : Description des modèles et des fournisseurs potentiels.

5.4. Détails des Coûts Opérationnels

* Maintenance : Description des coûts de maintenance et des fournisseurs potentiels.
* Personnel : Description des coûts de recrutement et de formation.
* Coûts Logistiques : Description des coûts logistiques et des fournisseurs potentiels.
* Coûts Marketing : Description des campagnes de marketing et des coûts associés.
* Coûts Généraux : Description des frais administratifs et de gestion.
* Coûts Stockage : Description des coûts de stockage et des fournisseurs potentiels.

5.5. Détails des Campagnes de Marketing et des Événements

* Campagnes de Marketing : Description des campagnes et des coûts associés.
* Événements : Description des événements et des coûts associés.

5.6. Détails des Partenariats et des Expansions

* Partenariats : Description des partenariats potentiels et des coûts associés.
* Expansions : Description des projets d'expansion et des coûts associés.