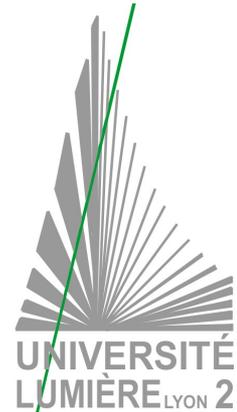


**Mélanie Chatelier**



# **Le Médiateur de la SNCF et la qualité de service**

**Sous la direction de :**

- **Philippe Charrier, sociologue et enseignant-chercheur Lyon 2 / CNRS**
- **Marc Debrincat, responsable du service juridique de la FNAUT**

**Master 2 Droit Privé mention Médiation  
Université Lumière Lyon II  
Année 2011/2012**

# Remerciements

Je souhaiterais exprimer ma reconnaissance aux personnes qui ont su rendre possible l'écriture de ce mémoire.

Je tiens à remercier, tout d'abord, l'équipe de la FNAUT pour son accueil chaleureux et sa gentillesse qui m'a permis d'effectuer mon stage dans de très bonnes conditions et de le rendre agréable.

Je remercie sincèrement mon maître de stage, Marc DEBRINCAT, pour sa disponibilité, son écoute, son expérience et son aide qui m'a été précieuse. Je le remercie également pour s'être impliqué personnellement dans mon travail et pour l'intérêt porté à mon mémoire.

Je remercie vivement, Audrey PENIGUEL, ex-stagiaire, remplaçante d'Anne-Sophie TRCERA, pour m'avoir guidé à mes débuts à la FNAUT, pour son aide et sa patience.

Mes remerciements s'adressent également à Anne-Sophie TRCERA, juriste permanente au sein du service juridique, pour le partage de son expérience, son écoute, sa disponibilité et son professionnalisme.

Un grand merci à mon tuteur de mémoire, Philippe CHARRIER, qui m'a guidée dans l'élaboration de mon mémoire et pour ses conseils.

Je tiens à remercier personnellement le Médiateur de la SNCF, Bernard CIEUTAT, pour avoir eu la gentillesse de m'accueillir dans ses locaux pour un entretien, afin de me faire partager son expérience et sa pratique en tant que Médiateur.

Je remercie ma famille et plus particulièrement mon père, Lucien CHATELIER, ainsi que mes amis, pour m'apporter un soutien quotidien et me permettre d'avancer un peu plus chaque jour.

Ce stage a été pour moi un véritable enrichissement aussi bien sur le plan personnel que professionnel. Mes activités diverses au sein de la FNAUT m'ont permis de porter un regard nouveau et différent sur le milieu des transports, grâce à des personnes motivées, intéressées et expérimentées que j'ai pu rencontrer pendant toute la durée de mon stage. Un grand merci à elles.

# Introduction

Le mémoire que je vais vous présenter, a été mené dans le cadre de mon Master 2 Médiation, à l'issue duquel s'offre à moi la possibilité de rentrer dans la vie professionnelle.

Ce mémoire rend compte de l'apprentissage et de la formation qui m'ont été enseignés en matière de médiation pendant deux ans, par le biais d'intervenants spécialisés dans le domaine de la médiation. Il tend à mettre en lumière les connaissances et les savoirs que j'ai pu acquérir, notamment par un stage de fin d'études de six mois au sein du service juridique de la Fédération Nationale des Associations d'Usagers des Transports (FNAUT).

Dans un premier temps, une description de l'organisation au sein de laquelle j'ai effectué mon stage ainsi que de mes missions au sein du service juridique de la FNAUT sont nécessaires.

Dans une première partie, mon objet d'étude portera sur la notion d'indépendance et dans une deuxième partie, je me centrerai sur la pratique du Médiateur de la SNCF et l'évolution de la qualité de service SNCF.

## **Présentation de la Fédération Nationale des Associations d'Usagers des Transports (FNAUT)**

La Fédération Nationale des Associations d'Usagers des Transports régie par la loi de 1901, est une association de consommateurs fédérative agréée par l'État. Elle intervient spécifiquement dans le secteur des transports publics et collectifs.

A l'heure actuelle, la FNAUT rassemble près de 160 associations adhérentes, implantées dans toutes les régions françaises, soit 60 000 membres environ. Malgré leur grande diversité<sup>1</sup>, elles partagent toutes une « même vision de la politique des transports ». La présence de la FNAUT dans l'univers des transports n'est pas récente puisqu'elle a été créée en 1978. Elle est née à la suite de quatre Conventions Nationales d'Usagers des Transports qui avaient pour but de préparer sa création. A son origine, elle ne fédérait qu'une dizaine d'associations.

Aujourd'hui, la FNAUT nationale est composée de FNAUT régionales et est administrée par un Conseil National et un Bureau. Cette association dispose de quatre permanents : Marc DEBRINCAT et Anne-Sophie TRCERA pour le service juridique, Fabrice MICHEL pour le service communication et Lucy TROUILLARD pour le secrétariat, accompagnés d'un certain nombre de bénévoles. Elle organise chaque année une assemblée générale, des colloques et

---

1 Associations d'usagers des transports collectifs urbains, ferroviaires, routiers et aériens, piétons, cyclistes, handicapés, familles de victimes d'accidents de la route, citadins et riverains des corridors de transit confrontés aux nuisances de la circulation routière, citoyens soucieux d'environnement global et d'aménagement du territoire.

une journée de formation et réalise, parallèlement, des congrès et des études afin de conserver une présence active face aux institutions décisionnelles modelant la politique des transports. Elle publie un bulletin mensuel d'informations et tient un site internet<sup>2</sup> Lors du congrès du Mans (25 et 26 octobre 2008) le président Jean SIVALDIERE a rappelé que la FNAUT a « pris en compte tous les modes de transports et exprimé une vision globale des transports à la fois sociale, écologique et économique [...] en nous fixant pour mission la promotion des modes de transports accessibles à tous, économes en espace et en énergie, respectueux du cadre de vie, de la santé humaine et de l'environnement : transport collectif et modes non motorisés pour les voyageurs, rail et voie d'eau pour le fret. Nous réclamions le « droit au transport » et le « droit de se déplacer à bicyclette » et nous critiquions déjà la programme autoroutier », telle est encore aujourd'hui la base des actions de la FNAUT. Sa présence active et sa spécialisation, s'inscrivant dans une démarche militante, font d'elle une association particulièrement reconnue dans le milieu des transports.

La FNAUT se caractérise par trois objectifs qu'elle estime indissociables et complémentaires : la défense des usagers et des consommateurs, la promotion des transports collectifs et des modes de déplacement non motorisés de personnes et la protection de l'environnement. En effet, elle a pour rôle, dans une optique de défense de l'utilisateur, d'assurer le traitement des litiges à l'amiable entre les voyageurs ou usagers et les entreprises ferroviaires, aériennes et de transports en commun, par le biais du service juridique. Dans la même perspective, elle a pour rôle de conseiller, d'orienter et d'informer des démarches et des procédures à suivre, les voyageurs se trouvant dans une situation difficile voire litigieuse avec une entreprise de transport. Par ailleurs, la FNAUT s'efforce de « promouvoir une politique durable de la consommation de transport<sup>3</sup> » en encourageant l'utilisation de modes de transports respectueux de l'environnement, ce qui l'amène à appréhender des problématiques très diverses<sup>4</sup>.

Depuis 1998, la FNAUT est agréée et cet agrément définit à l'article L. 421 du code de la consommation, lui permet d'agir en justice en menant « des actions contentieuses en réparation du préjudice subi par les usagers des transports en raison d'infraction aux règles de protection des consommateurs » et des « actions juridiques pour défendre l'ensemble des usagers des transports ». Celui-ci renforce sa performance et sa pertinence en tant qu'association, dans l'ensemble du domaine du transport, y compris auprès des usagers.

Pour finir, Marc DEBRINCAT, responsable du service juridique de la FNAUT, siège au sein

2 <http://www.fnaut.asso.fr/>

3 <http://fr.wikipedia.org/wiki/FNAUT>

4 Infrastructures de transports, urbanisme, aménagement du territoire, fiscalité, transport du fret...

du Conseil d'Administration de la SNCF en tant que représentant des voyageurs, depuis 2008.

## **Mon stage au sein du service juridique de la FNAUT**

Ma demande de candidature auprès de la FNAUT est née de l'intérêt porté l'année précédente, dans le cadre de mon Master 1, à l'intervention de Marc DEBRINCAT, responsable du service juridique de la FNAUT et d'Anne-Sophie TRCERA, juriste au sein même de ce service. Leur intervention portait sur une présentation de la FNAUT, plus spécifiquement du service juridique et de leurs actions et activités diverses. Effectivement, la spécificité de leur association dans un secteur particulier de la consommation, celui des transports publics, a suscité mon attention. Ayant déjà abordé la question de la mobilité et des transports dans mon mémoire portant sur l'enclavement d'un quartier dit « difficile » dans le cadre de mon Master 1 de sociologie, il m'a paru particulièrement intéressant de porter mon regard sur les litiges liés au transport de personnes et à leur gestion. Ceux-ci résultent pour la plupart, d'un manque de communication, d'information et d'une incompréhension entre les voyageurs et les entreprises de transport. Il est vrai que les voyageurs utilisant les transports aussi bien ferroviaires qu'aériens ont une connaissance limitée voire inexistante en ce qui concerne leurs droits dans ce domaine, lorsqu'ils sont exposés à des litiges avec ces entreprises. Ce qui peut alors les mettre dans une situation complètement préjudiciable et entraîner de ce fait, des conséquences pour le moins problématiques pour le voyageur. C'est pourquoi, l'un des objectifs premiers du service juridique de la FNAUT est d'informer le voyageur de ses droits et de l'orienter sur les démarches à entreprendre, dans leur cadre de leur litige. Cependant, il est parfois trop tard pour le voyageur et ce dernier est donc contraint d'accepter malgré lui la procédure auquel il est soumis, notamment dans le cadre des procès-verbaux pour infraction à la police des chemins de fer. Je me suis rendue compte par le biais des appels téléphoniques, des courriels et des courriers, porteurs d'une diversité de réclamations, de la pertinence de la présence d'un service juridique au sein d'une association telle que la FNAUT. En effet, au delà du traitement amiable des litiges, ce service s'inscrit dans une logique informative, communicative et préventive. Face à des voyageurs démunis, il représente dans un premier temps, un véritable « détenteur » des réponses à leurs questionnements et dans un second temps, il peut devenir un interlocuteur et un intermédiaire précieux entre le professionnel et le voyageur, si le litige est recevable. Ce service se positionne donc en tant que représentant des voyageurs et privilégie un traitement à l'amiable des litiges en tant que tiers et intermédiaire, l'associant de ce fait, à la notion de médiation

mais s'en détachant également. Effectivement, au sens le plus large, la médiation se définit comme « *un processus, le plus souvent formel, par lequel un tiers impartial, le médiateur, tente à travers l'organisation d'échanges entre les parties de leur permettre de confronter leurs points de vue et de rechercher avec son aide une solution au conflit qui les oppose* » (BONAFE-SCHMITT, 2009, p.6). Seulement, le service juridique ne prétend pas s'inscrire dans une démarche neutre et devant l'absence de neutralité (à commencer par le nom de l'association) et en tant que défenseur des voyageurs, il ne peut être totalement assimilé au processus de médiation. Aucune rencontre entre l'entreprise et le voyageur en situation conflictuelle, n'est organisée et la tentative de conciliation ne se fait que par le biais d'un échange épistolaire (courrier et courriel) ou un échange oral (le plus souvent entre le voyageur et le service juridique). De ce fait, son intervention prendrait plutôt la forme d'une conciliation dite informelle, selon la définition suivante : « *la conciliation peut être définie comme un processus, le plus souvent informel, par lequel les parties en conflit tentent, avec l'intervention ou non d'un tiers, le conciliateur, de rapprocher leurs points de vue afin de parvenir à trouver une solution à leur conflit.* » (BONAFE-SCHMITT, 2009, p.5). Nous pouvons donc dire que le service juridique prend la posture d'un tiers facilitateur de dialogue, qui par ses connaissances et ses compétences juridiques, intervient pour faire valoir les droits des voyageurs.

Dans une optique d'ouverture et de mise en pratique, j'ai donc vu dans ce stage une réelle opportunité d'approfondir mes connaissances en matière juridique et plus précisément en matière de droits des voyageurs. Avec l'aide d'Audrey PENIGUEL, ancienne stagiaire et remplaçante d'Anne-Sophie TRCERA avec qui j'ai travaillé durant un mois et demi et par la suite, Anne-Sophie TRCERA, j'ai pu apprendre et comprendre les subtilités liées au droit des voyageurs et porter un regard différent pour ce qui constitue le droit des voyageurs, caractérisé par sa complexité et sa spécificité. Il est vrai que petit à petit, j'ai pu appréhender et aborder concrètement les litiges, d'une manière plus approfondie et développée.

Les voyageurs qui font appel au service juridique de la FNAUT sont avant tout à la recherche d'une réponse favorable au litige auquel ils sont confrontés. L'intervention du service juridique de la FNAUT, compétent en matière de droit des transports, permet au voyageur de passer le relais à un tiers, après avoir concentré tous leurs efforts dans les démarches nécessaires. Seulement, il ne peut garantir et assurer que l'issue de leur litige leur sera positive et favorable. Il ne peut agir que dans le cadre des textes applicables. La complexité des droits des voyageurs en matière de droit aérien est telle qu'il est parfois impossible de prendre en charge certains dossiers de litige. L'absence de réponse ou alors un refus injustifié de la part

de l'entreprise aérienne est le reflet d'une difficulté récurrente. Le refus d'application du droit international incombant aux compagnies aériennes ou aux agences de voyages est souvent de mise, entraînant un échec et la clôture du dossier par le service juridique. Il est en effet parfois très difficile de faire appliquer en pratique les différents textes et jurisprudences. C'est pourquoi le service juridique de la FNAUT a aussi pour rôle de proposer et d'orienter le voyageur vers une autre voie de recours telle que le juge de proximité, avec l'aide d'un avocat travaillant en partenariat avec la FNAUT ou la DGAC<sup>5</sup> (pour les litiges aériens).

La diversité des activités qui m'ont été proposées et ma participation à différentes réunions ont enrichi mon expérience en tant que stagiaire et l'ont rendue particulièrement intéressante.

Afin de comprendre l'émergence de la médiation dans le milieu de la consommation et plus précisément dans celui des transports, il est important de s'attarder sur la notion de conflit constituant un facteur explicatif du besoin de médiation.

## **Le conflit : un facteur explicatif du besoin de médiation**

Nous considérons le plus souvent le conflit dans son aspect négatif. En ce sens, nous donnons au conflit l'impossibilité de l'inscrire dans une logique positive. Certains le considèrent même comme l'antithèse du « social », signe de son dysfonctionnement.

Nous l'entendons comme un affrontement entre individus, entre groupes d'individus et comme un déferlement d'émotions contraires et négatives (violence, agressivité, peur...) qui visent un résultat qui sera pour le moins dévastateur voire destructeur (exemple de la guerre...). Il y a alors dans le conflit, une véritable appréhension voire une certaine peur qui se traduisent par différents comportements (fuite, affrontement...). Le conflit fait le plus souvent référence à la lutte, à la rencontre d'éléments contraires, aussi bien abstraits que concrets. Il suppose également une rupture de communication qu'elle soit temporaire ou définitive qui tend à rendre l'ouverture d'une réconciliation difficile. En ce sens, il est inutile de rappeler que le conflit est source de tensions, de confrontations et de difficultés. Seulement, il serait totalement réducteur de ne réduire le conflit qu'à son aspect négatif. Ne peut-il pas être le résultat d'une perspective relationnelle nouvelle et meilleure ?

Nous ne pouvons omettre que dès qu'il y a interaction, les conflits ne peuvent être évités. Si nous nous référons à Georg SIMMEL, le conflit est une fonction socialisante qui se définit comme: *« l'expression d'antagonisme ou d'opposition entre individus ou groupes d'individus*

---

<sup>5</sup> Direction générale de l'Aviation civile

*pour l'acquisition, l'utilisation ou la possession de biens matériels ou symboliques (richesses, prestiges, pouvoir...).* » Selon lui, le conflit « *n'est pas un accident dans la vie des sociétés* » mais il en est partie intégrante. En effet, toute société est prise dans des rapports sociaux et est, de ce fait, concernée par le conflit. Ce dernier est nécessaire et utile pour permettre de réguler le monde social. Il est même directement une forme de socialisation. Les conflits peuvent naître dans toutes les situations de la vie quotidienne. L'individu est donc confronté quotidiennement à de possibles conflits aussi bien internes (intra-personnels<sup>6</sup>) qu'externes (inter-personnels<sup>7</sup>). C'est pourquoi, il est important de repositionner le conflit dans son contexte. C'est ce qui va déterminer l'ampleur du conflit. Nous ne pouvons comprendre un conflit sans le restituer et le contextualiser.

En somme, une réalité ambivalente fait du conflit un « *puissant moteur de changement* » mais aussi « *un sombre gouffre* » et suscite de ce fait des questionnements : pouvons-nous prévenir les conflits ? Comment les gérer et comment les résoudre ?

## **La consommation : à l'origine d'une diversité de conflits**

L'acte de consommation rythme le quotidien de l'ensemble des individus s'inscrivant dans un lien d'échange pécuniaire puisqu'il naît de la procuration ou de l'utilisation d'un bien ou d'un service<sup>8</sup>. Les conflits liés à la consommation sont donc particulièrement intéressants à étudier en raison de la diversité des situations qu'ils recouvrent.

Il existe une pluralité de conflits en matière de consommation. Tout d'abord, cette diversité se trouve dans la nature même des situations conflictuelles. Il peut s'agir, par exemple, d'une insatisfaction par rapport à la qualité d'un bien ou d'un service, par rapport aux risques que celui-ci peut procurer au consommateur ou alors à son exécution ou sa non exécution, ou par rapport à la réalité du consentement du consommateur.

La diversité se constate également dans la nature des biens et des services. L'existence d'un conflit potentiel parcourt presque tous les échanges engagés pour nos besoins. Comme pour toute interaction entre individus, il est possible de voir émerger dans cette relation un certain nombre de difficultés, de tensions et de confrontations. La fréquence des échanges fait supposer que le nombre de problèmes de consommation est massif.

---

6 Conflits psychiques suite à ce que peut éprouver un individu : désirs contradictoires, ambivalence des sentiments...

7 Ce conflit implique la relation d'au moins deux personnes.

8 Dépense alimentaire, dépense de santé, d'habillement, d'éducation, de loisir, de logement, de confort, de transport, de culture, d'équipement, de communication...

## Définition et états des lieux de la médiation

Je vais amorcer une réflexion générale et essentielle autour du concept de médiation qui nous sera utile pour la suite de mon étude.

Il est vrai qu'aujourd'hui, qui n'a jamais entendu parler de la médiation ou du médiateur ? La médiation intervient pratiquement à tous les stades dans la société. Le terme médiation recouvre cependant des réalités bien différentes, selon que l'on parle de médiation « institutionnelle » ou de médiation « conventionnelle ». La médiation a longtemps été pratiquée par des personnes dont la position sociale reconnue (maires, instituteurs, prêtres...) leur permettait de conférer une autorité dans le cadre des relations interpersonnelles. La médiation faisait partie intégrante de la vie sociale : c'était une fonction innommée et tacite. Aujourd'hui, la médiation tend à s'être formalisée et à s'afficher dans divers espaces de régulation des conflits : le champ judiciaire, l'entreprise, l'école, l'espace public. En effet, face à une société contemporaine, dite de consommation, le recours à la médiation comme « *moyen alternatif de gestion et de régulation des litiges* » semble s'inscrire dans une démarche particulièrement utile et riche dans la prise en compte de la complexité et de la diversification des rapports sociaux. Il est évident que nous ne pouvons commencer sans souligner que la médiation est étroitement liée à la société dans laquelle elle se situe, à sa culture et à l'influence des modèles du pays en question, ce qui ouvre la médiation à une diversité de pratiques, de méthodes et d'approches théoriques différentes. Elle s'inscrit de ce fait, dans une logique contextuelle et évolutive.

Le Médiateur de la SNCF que je vais étudier présente des spécificités par rapport au concept même de médiation, à commencer par son statut particulier de médiateur institutionnel. En effet, la médiation institutionnelle qui s'est développée depuis des années, se différencie de la médiation conventionnelle par son processus écrit. De plus, le médiateur institutionnel est saisi par des particuliers ou des entreprises mais une fois seulement les voies de recours internes épuisées. SIX et MUSSAUD sont très critiques à l'égard de la médiation institutionnelle et partent du constat que la « médiation-maison » qui résulte du travail d'une institution, élaborée pour les besoins d'une cause, ne serait pas une solution satisfaisante. Il y a selon eux, un rapport d'autorité puisque les médiateurs dépendent des institutions. Or, cette critique peut s'avérer sévère voire réductrice. La médiation institutionnelle suppose un cadre de communication qui ne peut être qu'être bénéfique au regard d'une entreprise de la taille de

la SNCF et celle-ci semble être d'autant plus, une réponse adaptée et en adéquation aux demandes et aux attentes des voyageurs, notamment dans le cadre d'un litige. La définition donnée par le club des médiateurs des services au public repose sur « *un processus structuré par lequel des personnes physiques ou morales tentent avec l'aide du Médiateur, de manière volontaire, de parvenir à un accord amiable avec des administrations, entreprises, institutions ou collectivités, sur la résolution des différends à caractère individuel qui les opposent à celles-ci.* » (Préambule, Charte du club des Médiateurs de service au public), mis en œuvre par des médiateurs à statuts variés mais partageant une déontologie et des valeurs communes faites d'écoute et de respect de l'autre.

## **Problématique et plan du mémoire**

L'intérêt porté au Médiateur de la SNCF m'est venu à mon arrivée à la FNAUT, après discussion avec Marc DEBRINCAT. Effectivement, ma première idée était de me centrer sur la RATP, l'aménagement du territoire et la gestion des litiges par le Médiateur de la RATP. Cependant, trop peu de litiges concernant la RATP sont traités par le service juridique. Une grande partie du traitement des dossiers se concentre essentiellement autour de la SNCF. C'est pourquoi, il était plus pertinent d'axer mon étude sur l'existence et la pratique de la médiation institutionnelle à la SNCF.

Ma problématique porte sur la manière dont le Médiateur de la SNCF, entité indépendante et impartiale, joue un rôle dans l'évolution de la qualité de service de la SNCF.

Ma réflexion s'articulera en deux temps. Dans une première partie, je m'interrogerai sur la notion d'indépendance, qualité essentielle dans la pratique de la médiation, se définissant notamment par son caractère extérieur et impartial. J'aborderai par la suite cette notion de manière théorique, par une étude des textes relatifs à la médiation, qui l'introduisent. Je tenterai de comprendre son rôle, son impact et ses limites dans la pratique du Médiateur. En effet, elle est révélatrice d'une certaine complexité et ambivalence qu'il me semble important et intéressant d'étudier. Je verrai également de quelle manière la notion d'indépendance se construit à travers la pratique de trois Médiateurs issus de la médiation institutionnelle : le Médiateur de la SNCF, de la RATP et celui du Tourisme et Voyage. Dans une deuxième partie, j'étudierai et analyserai la pratique du Médiateur de la SNCF, entité extérieure et indépendante à la SNCF, par une déclinaison en différents thèmes. J'entreprendrai tout d'abord une analyse concernant les litiges reçus et traités par le Médiateur et par la suite, une analyse des

recommandations proposées par le Médiateur dans son rapport annuel sur quatre années consécutives, afin de comprendre l'influence du Médiateur sur la qualité de service de la SNCF. J'expliquerai la nécessité et l'utilité de la mise en place de la médiation pour une entreprise telle que la SNCF et montrerai comment elle tend à faire suivre les recommandations du Médiateur et les effets du suivi sur l'évolution de qualité de service, en terme d'amélioration. Je rendrai compte, à l'issue de cette deuxième partie, de l'apport essentiel de la médiation, dans le rapport et la relation entre la SNCF et les voyageurs.

Pour finir, je tiens à préciser que l'écriture du mot « médiateur » en ce qui concerne le Médiateur de la SNCF, avec une majuscule, résulte de ma volonté et du respect que je lui dois en tant que personne singulière.

## **Première partie**

# **L'indépendance en théorie et en pratique : sa construction, son rôle, son impact et ses limites**

Je vais essayer de comprendre, dans une première partie, comment dans un premier temps, théoriquement, la notion d'indépendance se construit et quel sens lui donner à travers différents textes portant sur la médiation. Dans un second temps, j'interrogerai sur le positionnement du médiateur en tant que tiers indépendant, en portant mon regard sur trois Médiateurs institutionnels : le Médiateur de la SNCF, de la RATP et le Médiateur Tourisme et Voyage. Le but de cette première partie est de rendre compte de la construction, du rôle, de l'impact et des limites de la notion d'indépendance aussi bien sur le plan théorique que pratique.

## **1.1 La notion d'indépendance : une caractéristique importante dans l'activité du Médiateur**

L'étymologie du mot indépendance provient du latin *in*, privé de, et *dependere*, être suspendu à, ne pas être rattaché à. Dans sa définition courante, la notion d'indépendance est utilisée pour caractériser l'état d'une personne libre de toutes dépendances. On désigne ainsi la capacité d'un individu à se détacher des idées, des sentiments et des habitudes de vie. D'une manière générale, l'indépendance correspond à l'absence d'influence, de contrainte ou de coordination entre différentes choses ou événements. L'indépendance est aussi le refus de toute sujétion et de relation de dépendance, pression ou contrainte. Un individu indépendant assume ses propres convictions et opinions, au-delà de toute autorité institutionnelle et toute soumission.

La définition de la médiation donnée par GUILLAUME-HOFNUNG comme « *un processus de construction, de réparation du lien social et de gestion des conflits de la vie quotidienne, dans lequel un tiers impartial, indépendant, sans autres pouvoirs que l'autorité que lui reconnaissent librement les partenaires (appelés « médiateurs » ou parfois « médiés ») tente à travers l'organisation d'échanges entre les personnes ou les institutions de les aider soit à améliorer, soit à établir une relation, ou de régler un conflit.* » fait état d'une qualité et d'un principe indispensables à la pratique du médiateur : l'indépendance et l'impartialité. En effet, la pratique du médiateur s'appuie sur une déontologie intrinsèquement liée à des valeurs et principes spécifiques à la médiation que nous définirons par la suite. L'une de ses particularités émane de son positionnement en tant que tiers facilitateur de dialogue et de communication, se caractérisant fondamentalement par son indépendance. Rappelons que les médiateurs que je vais observer dans une deuxième sous-partie, leur pratique et l'interprétation qu'il donne à la notion d'indépendance sont des médiateurs des

administrations, des entreprises, des institutions et collectivités en charge d'un service au public. Les médiateurs de la SNCF et de la RATP sont signataires d'une charte<sup>9</sup> intitulée « *La charte des Médiateurs des services au public* » leur permettant d'avoir un cadre de référence à leur action et pratique, exposant leur rôle et les valeurs attachées à la médiation. Ce n'est actuellement pas le cas du médiateur Tourisme et Voyage. Cette charte soulève un point important pour la compréhension de la notion d'indépendance. Les médiateurs signataires de cette charte sont, tout d'abord, « *indépendants par rapport aux structures de l'institution ou de l'entreprise* », nommés ou désignés par le responsable de l'organisation en charge du service public et en fonction de « *leur capacité, compétence et expérience* ». Ces médiateurs seraient donc indépendants de toute structure interne de l'institution ou de l'entreprise pour lesquelles ils interviennent.

Seulement, comment comprendre l'indépendance ? Qu'entendons-nous par : « le médiateur doit être indépendant » ? C'est donc sur cette base que je vais poursuivre mon travail, en me centrant sur les textes relatifs à la médiation.

### **1.1.1 Comment la notion d'indépendance s'inscrit-elle dans les textes relatifs à la médiation ?**

Soulignons qu'en France, les médiateurs ont différentes origines. Alors que certains ont une compétence sur un secteur entier, d'autres sont spécifiques à un professionnel. Plusieurs médiateurs ont été créés dans les services publics. Ils ont soit une portée générale comme le Défenseur des Droits, soit il s'agit de médiateurs plus sectoriels comme le médiateur de la ville de Paris, le médiateur Voyage et Tourisme. L'État a également mis en place des médiateurs dans les services civils et commerciaux, notamment le médiateur de l'Énergie. Certains médiateurs issus d'initiatives privées<sup>10</sup> sont mis en place par une entreprise d'importance sur le secteur en question (c'est le cas de la SNCF, de la Poste). Certains médiateurs dont l'existence est imposée par la loi, doivent être mis en place par les professionnels et rémunérés par eux. C'est le cas notamment des médiateurs des banques ou des assurances<sup>11</sup>. Une association « Le Club des Médiateurs de Services au Public » a été créée en 2002, regroupant et rassemblant les médiateurs intervenant dans le domaine de la médiation institutionnelle et partageant les mêmes valeurs en matière de médiation. Il

---

9 Texte fédérateur adopté en 2004 et rénové en 2010

10 <http://www.europe-consommateurs.eu/fr/vos-droits/exercer-ses-droits/mediation/la-meditation-en-france/>

11 La loi n°2001-1168 du 11 décembre 2001 portant mesures urgentes de réformes à caractère économique et financier, dite loi MURCEF, vise à nommer un médiateur bancaire pour régler les éventuels litiges entre consommateurs et institutions bancaires.

convient de souligner que le Médiateur de la SNCF est membre de ce club. Ce club entretient des relations étroites avec des instances de la médiation institutionnelle, notamment au niveau européen. Il semble alors intéressant d'étudier les textes européens en matière de médiation civile et commerciale. D'ailleurs, l'affirmation de la nécessité de la médiation en tant que mode alternatif de résolution des conflits en matière civile et commerciale prend forme par l'élaboration d'un cadre de référence issu de ces textes européens.

### **1.1.1.1 Les textes européens relatifs à la médiation**

Les institutions européennes soutiennent depuis plusieurs années la médiation pour permettre aux consommateurs de solutionner leurs litiges avec des professionnels. Elles encouragent et encadrent de plus en plus ce mode de résolution amiable des litiges. En effet, l'Union européenne a souhaité faire le point sur la situation existante en matière de modes alternatifs de résolution des conflits relevant du droit civil et commercial et lancer une large consultation des milieux intéressés sur un certain nombre de questions d'ordre juridique qui se posent dans ce domaine, en vue de préparer les mesures concrètes à prendre. C'est pourquoi, la Commission européenne a pris une initiative visant à s'assurer que les procédures de médiation respectent un certain nombre de principes.

#### **1.1.1.1.1 Les recommandations européennes 98/257/CE du 30 mars 1998 et 2001/161 du 4 avril 2001**

Ces recommandations concernant les principes applicables aux organes responsables pour la résolution extrajudiciaire des litiges de consommation prévoient un certain nombre de principes pour garantir aux consommateurs une médiation efficace et de qualité comme la transparence, le principe du contradictoire, la gratuité, le volontariat des deux parties, l'impartialité et l'indépendance du médiateur. Les médiateurs ou instances de médiation qui remplissent ces exigences peuvent faire l'objet d'une notification par les États membres auprès de la Commission européenne (le Médiateur de la SNCF est notifié à cette Commission). Il est intéressant de porter mon regard sur l'une des mesures prises par la Commission, afin de garantir l'indépendance dans la pratique du médiateur, s'inscrivant en ces termes : « *Lorsque la personne désignée est nommée ou payée par une association professionnelle ou par une entreprise, elle ne doit pas avoir travaillé, au cours des trois dernières années précédant son entrée en fonction, pour cette association professionnelle ou*

*un de ses membres ou pour l'entreprise en cause* ». (Recommandation 98/257/CE). Il apparaîtrait donc que le médiateur serait totalement détaché de l'entreprise dans laquelle il a exercé professionnellement, après trois ans d'absence dans celle-ci. Cependant, n'est-ce pas contraire au Code de Conduite qui évoque l'absence totale de relation et lien, de quelle que nature qu'ils soient ? Outre cette mesure, le médiateur doit posséder la capacité, l'expérience et la compétence, nécessaires pour la fonction et une durée de mandat suffisante pour assurer l'indépendance de son action sans pouvoir être destituée sans juste motif, comme il est rappelé dans la Charte des Médiateurs de services au public, en ces termes : « *Ils ne sont pas révocables pendant la durée de leur mandat, cette durée étant suffisante pour assurer l'efficacité de leur action.* »

#### **1.1.1.1.2 Le Code de Conduite**

En juillet 2004, la Commission européenne a élaboré un Code de Conduite (rédigé en octobre 2004) en coopération avec un grand nombre d'organisations et de personnes parmi lesquelles figurent des praticiens spécialisés en médiation et d'autres intéressés par le développement de la médiation au sein de l'Union européenne. Ce code énonce « *une série de principes que les médiateurs peuvent volontairement s'engager à respecter, sous leur propre responsabilité* » (Code de Conduite). Il apparaît dans ce code la notion d'indépendance, désignant le fait que le médiateur doit « *divulguer toutes les circonstances qui sont de nature à affecter son indépendance ou entraîner un conflit d'intérêts ou qui sont susceptibles d'être considérées comme telles, avant d'entamer ou de poursuivre sa médiation* ». Ces circonstances sont les suivantes : toute relation d'ordre privé ou professionnel avec une des parties, tout intérêt financier ou autre, direct ou indirect, dans l'issue de la médiation, ou alors le fait que le médiateur, ou un membre de son cabinet, a agi en une qualité autre que celle de médiateur pour une des parties. Dans ces cas, il peut mener la médiation en toute indépendance. Cependant, ce code ne définit pas l'indépendance spécifiquement en fonction de son positionnement au sein de l'entreprise ou de l'institution mais par rapport à sa relation vis-à-vis des deux parties. Effectivement, cette définition est orientée sur la nature de la relation : le médiateur ne peut avoir aucun lien affectif, financier ni même professionnel avec l'un des deux parties. Néanmoins, cette définition reste complètement vague et générale quant à la véritable portée de l'indépendance dans le cadre d'une médiation et ne nous précise donc pas explicitement les caractéristiques de l'indépendance en ce qui concerne la médiation

institutionnelle.

### **1.1.1.1.3 La directive 2008/52/CE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2008**

Cette directive relative en matière civile et commerciale fait suite au livre vert de 2002 sur les modes alternatifs de résolution des conflits et au code de conduite pour les médiateurs rédigé en octobre 2004. Ce texte a « *vocation à s'appliquer aux litiges transfrontaliers relevant du droit civil et commercial dans lesquels les parties tentent volontairement de parvenir à un accord amiable avec l'aide d'un médiateur.* » Elle ne concerne que certains aspects de la médiation au rang desquels figure la déontologie que doivent respecter les médiateurs, qui permet de régir la pratique du médiateur. Plus spécifiquement, l'article 4.1 de la directive dispose que : « *Les États membres encouragent, par tout moyen qu'ils jugent approprié, l'élaboration de codes volontaires de bonne conduite et l'adhésion à ces codes, par les médiateurs et les organismes fournissant des services de médiation, ainsi que d'autres mécanismes efficaces de contrôle de la qualité relatifs à la fourniture de services de médiation* ». Cette directive fait état de l'indépendance à l'article 2.1.2 dispose que « *le médiateur ne peut intervenir dans une médiation impliquant des personnes avec lesquelles il entretient des liens personnels ou économiques.* » Il rejoint en ce sens le Code de Conduite, faisant référence à la relation. En France, l'article 131-5 du code de procédure civile énonce que « *la personne physique qui assure l'exécution de la mesure de médiation doit satisfaire aux conditions suivantes : (...) 5° Présenter les garanties d'indépendance nécessaires à l'exercice de la médiation.,Le médiateur doit agir en toute indépendance vis-à-vis de toute autorité, institution ou personne, qu'elles soient ou non concernées, directement ou indirectement, par le cas qui lui est soumis. Toutefois, il ne peut accepter une médiation qui irait à l'encontre des lois et des bonnes mœurs et doit permettre que la médiation soit menée avec efficacité, compétence et impartialité à l'égard des parties.* » Ces exigences relatées à l'article 2.1.2 définissent le médiateur comme un tiers non soumis à une quelconque autorité et hiérarchie, afin de préserver l'autonomie<sup>12</sup> de sa mission. L'exercice de la pratique de médiateur doit se faire dans un espace qui suppose l'autonomie dans le but de garantir et de respecter les principes déontologiques fondamentaux de la médiation.

---

<sup>12</sup> Au sens littéral, autonomie signifie le droit pour un État ou pour une personne de se régir d'après ses propres lois.

## 1.1.1.2 Les textes français relatifs à la médiation

### 1.1.1.2.1 Rapport et avis du CNC

Le Conseil National de la Consommation (CNC), institué par les articles D. 511-1 et suivant du code de la consommation, est un organisme paritaire consultatif placé auprès du Ministre chargé de consommation. Il a pour double mission de permettre, d'une part, une concertation entre consommateurs, usagers et professionnels et d'autre part, de permettre une consultation pour les orientations des pouvoirs publics en matière de politique de la consommation<sup>13</sup>. Le CNC a pour but d'adopter des avis ou des accords entre consommateurs et professionnels.

Je vais m'intéresser tout particulièrement à l'avis et au rapport du Conseil National de la consommation du 27 mars 2007 sur les modes alternatifs de règlement des litiges, modifiant et complétant l'avis et le rapport du Conseil National de la consommation du 6 juillet 2004 relatif à la médiation. Le CNC, le 7 juillet 2004, a rendu un avis relatif à la médiation dans lequel il s'adressait spécifiquement aux partenaires publics et privés qui avaient mis en place ou qui souhaitaient instaurer un dispositif de médiation. En ce sens, il proposait un cadre commun de référence définissant les critères d'une médiation de qualité. De plus, il recommandait la mise en place d'un « Comité de suivi de la médiation des litiges de la consommation » dans le but de contribuer au développement en France d'une culture de médiation. L'avis du 27 mars 2007 réaffirme sa volonté d'approfondir sa réflexion autour de la médiation dont l'objectif est le renforcement de la qualité de la médiation. Cet avis est le résultat d'un rapport établi par le groupe de travail du Conseil National de la Consommation comprenant un collège de consommateurs et un collège de professionnels. L'un des objets de la demande de révision et d'enrichissement concerne certains critères relatifs à la personne du médiateur. Il apporte des précisions supplémentaires à l'avis de 2004, en rapport avec le statut : *« s'il émane de l'entreprise, du secteur professionnel ou de l'administration elle-même, il ne peut cumuler sa fonction de médiateur avec une autre fonction au sein de l'organisation qui le conduirait à connaître des mêmes cas qu'en médiation et pour un médiateur externe à l'organisation, il est souhaitable que l'exercice d'une autre profession n'ait aucun lien avec sa fonction de médiateur »*. L'indépendance du médiateur consiste à ce qu'il ne soit pas subordonné. Il s'agit véritablement d'une posture par rapport à toute autorité qui lui confierait une mission. Un médiateur est indépendant relativement à toute autorité. Il

---

<sup>13</sup> Le CNC est obligatoirement consulté préalablement à la publication de tout arrêté en matière de prix ou de publicité de prix.

n'a pas à répondre aux ordres émanant d'une quelconque institution ou entreprise. C'est pourquoi, l'extériorité du médiateur semble nécessaire en vue d'assurer son indépendance et son impartialité. En effet, il n'en reste pas moins indispensable de prendre le maximum de garanties pour donner au médiateur l'indépendance d'esprit et d'action nécessaire pour obtenir la confiance des deux parties et agir de façon impartiale.

#### **1.1.1.2.2 Charte de la médiation de consommation**

La Commission de la Médiation de la Consommation (CMC) a été créée par la loi n°2010-737 du 1er juillet 2010. Elle est chargée d'émettre des avis et de proposer des mesures de toute nature pour évaluer, améliorer et diffuser les bonnes pratiques de médiation non judiciaire en matière de consommation. Cette commission n'a pas pour objectif de traiter des dossiers de médiation mais à participer activement au développement d'une médiation de qualité en matière de consommation, s'inscrivant dans le cadre de la directive européenne 2008/52/CE du 21 mai 2008. La charte de la CMC fait référence à l'indépendance à l'article 3.1 selon les règles suivantes : « (...) *Dans le cas d'une médiation d'entreprise, sa nomination ainsi que son rattachement se font au plus haut niveau. Lors de sa nomination, le médiateur s'engage à signaler toute incompatibilité ou tout conflit d'intérêt pouvant survenir au cours de son mandat. (...) Il ne peut cumuler sa fonction de médiation avec toute autre fonction au sein de l'entreprise ou du secteur. (...) Le médiateur est une personne identifiée. Lorsqu'il existe une instance de médiation, cette instance est représentée par son président.* ». Il est prévu dans cet article que le médiateur ne peut exercer différentes fonctions au sein de l'entreprise et qu'il doit être désigné et être rattaché au plus haut de l'entreprise comme par exemple au président comme c'est le cas pour le Médiateur de la SNCF.

En somme, la notion d'indépendance paraît être particulièrement difficile à cerner sur le plan théorique, relevant à la fois de la nature de la relation et de son positionnement vis-à-vis de l'entreprise. L'indépendance comporte de ce fait, des limites voire des incompatibilités dans les pratiques diverses des médiateurs issus des institutions et entreprises, que nous exposerons dans la suite de notre étude.

#### **1.1.2 L'intérêt de l'indépendance dans la pratique du médiateur**

J'ai observé la difficulté à définir précisément l'indépendance. Ce qui paraît être certain est le fait que l'indépendance du médiateur ou des instances de médiation permet de

garantir l'impartialité à leur action. L'indépendance est nécessaire pour répondre au principe d'impartialité, essentiel à la bonne pratique du médiateur, lui permettant de statuer en équité et en droit. Je vais donc approfondir ces deux valeurs intrinsèques à la médiation, s'inscrivant dans le code de déontologie des médiateurs.

### **1.1.2.1 L'impartialité : un principe intrinsèquement lié à la médiation**

Rappelons que le médiateur représente un tiers, un intermédiaire entre deux parties distinctes en situation litigieuse. Cette position de tiers s'apparente à une relation ternaire qui s'établit entre les deux parties et une personne tierce. Elle est à la base du concept philosophique de médiation. Cette relation s'oppose frontalement à la pensée binaire « *qui enferme dans une alternative limitée, le vrai/le faux et le bien/le mal* ». (GUILLAUME-HOFNUNG, p. 8) et exclut de ce fait, la possible existence d'un tiers. La pensée ternaire humaniserait l'individu et mettrait un terme à « *la victoire automatique de la pensée binaire* » (DUFOUR, p.462). Au XIIème siècle, l'apparition de la notion purgatoire a permis d'imaginer un moyen, une alternative entre l'enfer et le paradis. Cette vision a été capitale et a permis de se détacher d'une vision réductrice et simplificatrice. L'essentiel est de comprendre comment ce tiers s'inscrit dans cette relation et comment il la fait vivre.

L'impartialité est au sens le plus large, une absence de parti pris vis-à-vis des deux parties en situation de litige. En médiation, l'impartialité implique une attitude de distanciation par rapport aux valeurs, aux croyances, aux idées reçues, aux préjugés, aux références économiques, sociologiques, culturelles et politiques vis-à-vis des deux parties mais également par rapport à soi-même. L'impartialité est proche d'un certain détachement dans le sens où il ne peut être affecté par la situation qu'il a en face de lui. Le médiateur doit épouser une posture associant à la fois un détachement se traduisant par une prise de distance et une implication se manifestant par son intérêt pour les parties et ce qu'elles vivent. C'est justement par ce « juste » compromis que le médiateur pourra adopter une position impartiale et rendre sa pratique efficace. De ce fait, cette posture engage le médiateur à se méfier de ce qu'il peut ressentir dans le sens où il doit être attentif aux sentiments qu'il peut éprouver à l'égard d'une partie, par les phénomènes naturels de sympathie ou d'antipathie. L'impartialité est vraiment associée à la relation du médiateur avec les parties. C'est pourquoi, elle est intrinsèquement liée à l'indépendance dans le sens où le médiateur ne peut intervenir dans une médiation impliquant des personnes avec lesquelles il entretient des liens personnels ou économiques. En ce sens, l'impartialité permet de garantir une certaine neutralité, qu'il convient de distinguer. Ces deux principes

sont souvent rapportés l'une à l'autre, notamment dans les dictionnaires du fait qu'il existe une forte proximité sémantique entre ces deux principes. Seulement, l'impartialité se détacherait de la neutralité dans le sens où l'impartialité est liée à la nature même de la relation entre les deux parties et lui-même alors que la neutralité concerne sa propre personne c'est à dire que le médiateur ne peut donner son avis sur la situation. Le principe de neutralité « *visé à éviter les attitudes d'évaluation des médiateurs à l'égard des médiés* ». (BEN MERAD, 2008). En ce sens la fonction de juger, voire de négocier avec les parties sont explicitement proscrites, quelle que soit l'opinion que le médiateur peut avoir de la situation. Il ne peut profiter de sa position pour avantager l'une des deux parties et vise à rendre son engagement à l'égard des médiés équilibré. L'impartialité se déclinerait donc autour de l'indépendance du médiateur par rapport aux conflits et aux litiges qui lui sont soumis.

En somme, l'impartialité est une qualité primordiale dans la pratique du médiateur et doit permettre un traitement équitable à l'égard des deux parties. La médiation pour les litiges liés à la consommation doit répondre à une logique d'impartialité et d'efficacité, instrument de confiance des acteurs.

### **1.1.2.2 Le fondement de l'équité dans la pratique du médiateur**

La spécificité de la médiation est que le médiateur statue en droit et en équité. Il s'appuie sur des règles de droit auquel il est rattaché mais agit en équité. Ce principe revient sans cesse dans les codes de déontologie dédiés à la pratique de la médiation. Comme nous l'avons vu plus haut, il existe plusieurs codes de déontologie applicables concernant l'exercice de la médiation en France pour tenter d'harmoniser l'ensemble des pratiques. Plusieurs principes fondamentaux s'en dégagent, et assurent à la médiation une éthique effective. Je m'intéresserai plus particulièrement ici aux aspects influant sur le rapport de la médiation à l'équité. Il est possible de remarquer de multiples traits communs aux différents codes, promouvant de façon indirecte l'équité dans la procédure de médiation. Tout d'abord, l'indépendance du médiateur prévient le risque que celui-ci intervienne alors qu'il entretient une relation avec l'une des parties, ou que ses interventions soient orientées par un assujettissement financier à une institution. De plus, un facteur primordial de l'équité en médiation est l'obligation d'impartialité qui incombe au médiateur. Le comportement qu'il adopte doit être tout à fait équitable vis-à-vis des parties en litige. Cela permet d'assurer une égalité de traitement. Ces codes font également parfois explicitement référence à la notion

d'équité. Le Code de Conduite Européen pour les Médiateurs, quant à lui, réserve une sous-partie spéciale à l' « équité de la procédure ». Au regard de ces observations, nous pouvons aisément considérer la médiation comme le paradigme du mode de résolution des conflits privilégiant la mise en œuvre de l'équité. La médiation en matière de consommation doit être conforme à l'équité et au droit des personnes. Au delà de la règle de droit applicable, elle s'efforce de faire admettre le contexte propre à chacun des parties.

En conclusion, les principes que je viens de définir participent activement à construire la légitimité et l'efficacité de la pratique du médiateur.

### **1.1.3 Les apports de l'indépendance dans la relation entre le médiateur et les voyageurs**

L'indépendance permet d'aller vers une relation qui soit fondamentalement basée sur l'impartialité à laquelle elle est associée. Cette impartialité évite tout malentendu qui peut survenir avec l'un des deux parties. Il rend possible l'établissement d'un lien social et une écoute attentive et active qui se fait par une étude minutieuse des dossiers reçus par le médiateur. Le voyageur peut se sentir en confiance, justement, par le fait que le médiateur n'a théoriquement aucune attache avec l'entreprise en question. C'est sur cette notion d'indépendance étroitement liée à l'impartialité que va se construire une relation de confiance aussi bien entre le voyageur et le médiateur, l'entreprise et le médiateur et indirectement le voyageur et l'entreprise.

La médiation se présente comme particulièrement bénéfique à l'égard des individus qui y participent. Elle peut apporter une certaine sérénité et apaisement pour le voyageur qui a sans doute l'impression de « faire le poids » face à une entreprise telle que la SNCF.

L'indépendance apporte de la valeur à la solution proposée. En effet, le médiateur prend aussi bien en considération le point de vue du voyageur que celui de la SNCF. C'est tout d'abord sur cette base qu'il va s'appuyer pour émettre un avis. En ce sens, lorsqu'il rend un avis, son positionnement de tiers indépendant et impartial qui statue en droit et équité, ne permet pas de remettre en cause la solution proposée par le médiateur. Elle rend son activité légitime et efficace aux yeux des deux parties : en effet, il rend un avis équitable aux parties, fondé sur ce positionnement spécifique et particulier.

## **1.2 L'indépendance en pratique : comment se construit-elle dans la pratique des médiateurs des services au public ?**

Après s'être intéressée à la mise en pratique de l'indépendance dans les textes relatifs à la médiation en matière civile et commerciale, je vais étudier la manière dont l'indépendance se construit dans la pratique de deux médiateurs dits « institutionnels » : le Médiateur de la SNCF, celui de la RATP et un médiateur dit « sectoriel » : le Médiateur Tourisme et Voyage. Tout d'abord, il me paraît important de faire une présentation sommaire de la pratique des trois médiateurs dans un souci de contextualisation.

### **1.2.1 Présentation sommaire des trois médiateurs**

La création et la mise en place d'instances de médiation spécifique à la SNCF et la RATP sont à l'origine d'un accord entre les associations de consommateurs et d'utilisateurs des transports nationales et les entreprises de service au public, faisant l'objet d'un protocole d'accord en 1990. En 1994, la SNCF et la RATP ont donc instauré un médiateur permettant aux voyageurs une seconde voie de recours à leur litige. L'existence de cette médiation institutionnelle se caractérise à l'heure actuelle, par son ancienneté (18 ans) contrairement au Médiateur du Tourisme et du Voyage qui a débuté son activité, depuis janvier 2012. A l'initiative de l'instauration d'un médiateur dans le milieu aérien, les fournisseurs de services de transport aérien, voyage et tourisme<sup>14</sup> représentés par leurs associations (FNAM, SNAV, CETO<sup>15</sup>). Ces trois associations sont réunies au sein d'une association, dénommée Association Médiation Tourisme et Voyage (MTV) et ont désigné un médiateur pour répondre aux litiges entre les professionnels du secteur aérien et les voyageurs. Une charte de médiation définit les règles de fonctionnement de la Médiation Tourisme Voyage. Il convient de souligner que ce médiateur n'est pas rattaché à une seule et même entreprise : en effet, il a un statut de médiateur sectoriel c'est à dire qu'il est l'intermédiaire entre les voyageurs et un ensemble de professionnels qui comprend les compagnies aériennes et les agences de voyages adhérentes à l'un des trois organismes (il est aussi ouvert aux professionnels non-adhérents mais sur acceptation d'une médiation et des frais de dossiers plus importants). La médiation tourisme concerne les litiges de nature commerciale tels que les vols secs, les voyages à forfait, l'ensemble des prestations achetées auprès d'un professionnel et les locations de voiture. Ce

---

14 Opérateurs et sociétés de commercialisation de services, agences de voyages et tour opérateurs).

15 Fédération Nationale de l'Aviation Marchande ; Organisation Nationale des Professionnels du Voyage et Association de tour-opérateurs.

sont donc les prémices d'une nouvelle pratique de médiation alors que la médiation SNCF et RATP est en plein essor depuis plusieurs années. Je peux donc mettre en évidence une première différence qui tient de la naissance de ces médiations.

### **1.2.2 Le référencement de la Commission de la Médiation de la Consommation**

Créée par la loi n°2010-737 du 1er juillet 2010, la CMC a été mise en place en octobre 2010 par le Ministre chargé de la consommation Hervé NOVELLI. Elle est opérationnelle depuis le 1er janvier 2011 et a présenté sa charte des bonnes pratiques lors du colloque du 27 septembre 2011, en présence du Ministre chargé de la consommation Frédéric LEFEBVRE. Cette commission est chargée d'émettre des avis et proposer des mesures de toute nature pour évaluer, améliorer et diffuser les pratiques de médiation non judiciaire en matière de consommation (hors secteur financier). Elle est composée à parité de représentants des consommateurs et de représentants des consommateurs et de représentants en entreprises. Une charte appelée « Charte des bonnes pratiques » a été élaborée dans le but d'évaluer les nouvelles médiations et les médiations déjà existantes afin d'en garantir la qualité aux consommateurs. De ce fait, le 14 mars 2012, Elyane ZARINE, Présidente de la CMC et Présidente d'OR.GE.CO a annoncé que la Commission avait ainsi référencé, au regard de sa Charte des bonnes pratiques huit dispositifs de médiation dont les trois médiateurs SNCF, RATP et Tourisme et Voyage. Cette évaluation s'appuie sur des valeurs communes permettant un cadre de référence fondé sur des règles de déontologie « exigeantes », dont le respect garantit la qualité de la médiation. Les médiateurs référencés par la CMC dont les Médiateurs de la SNCF et de la RATP ainsi que le Médiateur Tourisme Voyage peuvent faire état de ce référencement sur leurs documents d'évaluation et de suivi en utilisant la formule "Référéncé par la Commission de la Médiation de la Consommation". Cet élément leur permet de légitimer leur pratique aux yeux des voyageurs afin d'établir une relation de confiance entre les voyageurs et le médiateur. Par ailleurs, la CMC poursuit activement ses travaux en vue de nouveaux référencements destinés à généraliser les médiations impartiales, indépendantes, faciles d'accès, efficaces et gratuites pour le consommateur. La CMC inclut dans sa charte à l'article 3.1 « des garanties d'impartialité et d'indépendance » dans l'exercice des fonctions du médiateur. Il est intéressant maintenant d'identifier ces médiateurs.

Le Médiateur de la SNCF est un ancien magistrat de la Cour des comptes, désigné par le Président de la SNCF, Guillaume PEPY pour son expérience, ses compétences et ses qualités impartiales (essentiels à la profession de magistrat). Il est précisé qu'il est une personnalité

extérieure et indépendante à l'entreprise. Cette désignation comme le précise le Protocole de Médiation entre les associations de consommateurs et la SNCF, « *intervient après consultation des associations nationales membres du Conseil Consultatif* ». Le Protocole de Médiation du 20 février 2006 entre la RATP et les associations de consommateurs, quant à lui, ne précise pas seulement que le médiateur est un « responsable » désigné par le Président-Directeur général de la RATP. En effet, il est possible de constater qu'il n'est pas indiqué spécifiquement que le médiateur est une personne extérieure et indépendante à l'entreprise.

### **1.2.3 Les limites de l'indépendance**

Évidemment, mon travail ne consiste pas à remettre en cause les compétences ou de formuler des critiques vis-à-vis de la pratique des médiateurs institutionnels. Je tiens seulement à rendre compte de la notion d'indépendance présente dans la construction de trois médiateurs que je viens de citer ci-dessus. Cette démarche s'appuie seulement sur ma propre évaluation.

La notion d'indépendance est relativement floue et reste très vague. Bien qu'elle soit perçue comme une qualité indispensable à l'activité du médiateur, elle suscite certains questionnements.

Le manque de précision dans la définition donnée de l'indépendance ne résulte-t-il pas, d'une part d'un flou conceptuel et terminologique de la médiation et d'autre part, des désaccords entre médiateurs qui pour certains, caractériseront l'extériorité comme essentielle dans la pratique du médiateurs et pour d'autres, préféreront privilégier une personne interne à l'entreprise.

La médiation tend à demander des connaissances et des compétences particulières et spécifiques, qui ne peuvent être mises de côté. D'autre part, elle relève d'un flou conceptuel, qui fait que beaucoup de corps de métiers (avocats, travailleurs sociaux...) estiment qu'ils pratiquent la médiation dans l'exercice de leur fonction. Seulement, s'inscrire dans une posture de médiateur et être médiateur sont deux choses différentes. Effectivement, « [...] *si tout le monde est certainement médiateur dans l'être, il manque à chacun les compétences* » (LASCOUX, 2004) et de ce fait, « *on ne naît pas médiateur, on le devient* ». C'est pourquoi, il est important de poser un cadre de référence aux médiateurs. Seulement, il semblerait que le médiateur de la RATP ne réponde pas véritablement aux critères exprimés par la Charte de la CMC, en matière d'indépendance. Il semblerait qu'il ait d'autres fonctions que celle de

médiateur de la RATP au sein-même de l'entreprise. Pourtant, la CMC spécifie en ces termes « *qu'il ne peut cumuler sa fonction de médiation avec toute autre fonction au sein de l'entreprise* », bien qu'il soit rattaché au Président-Directeur général de la RATP.

Bien que le Médiateur de la SNCF réponde expressément aux principes évoqués par la Charte, peut-il prétendre à une indépendance totale ? En effet, le champ de compétence du Médiateur est très large. Comme nous le savons, le Médiateur est complètement extérieur à la SNCF. Cependant, son champ de compétence est très varié. De ce fait, ne suppose-t-il pas un minimum de connaissances de l'entreprise pour répondre aux dossiers qu'il lui sont soumis ?

Il est vrai que l'équipe qui lui est dédiée est issue du personnel SNCF. De ce fait, cela suppose que cette équipe connaît particulièrement bien le fonctionnement de l'entreprise et permet de donner les précisions et les connaissances nécessaires au médiateur pour accomplir aisément son travail.

Le logo RATP ou SNCF représenté sur les courriers envoyés aux voyageurs, ne peut-il pas renforcer l'idée que le Médiateur pourrait être rattaché directement à l'entreprise et se faire le représentant de celle-ci, au regard de certains voyageurs ? En effet, les courriers envoyés par les services internes de la SNCF ont également un logo SNCF à la différence que qu'il est inscrit « médiation SNCF » en ce qui concerne le médiateur. Il peut donc y avoir une certaine ambiguïté.

Cependant, malgré ces interrogations sur l'indépendance, le recours à la médiation est intéressant pour la résolution des litiges particuliers et plus généralement pour l'amélioration de la pluralité de service, lorsque ces Médiateurs sont amenés à faire élaborer des recommandations générales dont le but est de faire évoluer la qualité des services rendus aux voyageurs.

## **Deuxième partie**

# **Le rôle du Médiateur de la SNCF dans l'évolution de la qualité de service**

Dans une deuxième partie, je porterai, tout d'abord, mon regard sur la nécessité de la médiation en tant qu'outil de relation communicationnelle et relationnelle, née de l'existence d'un antagonisme permanent entre l'entreprise et le voyageur. Puis, dans un deuxième temps, nous entreprendrons une analyse de la pratique du Médiateur de la SNCF en vue d'établir un bilan général de son activité. Notre objectif est de comprendre de quelles manières, le Médiateur de la SNCF fait évoluer la qualité de service de la SNCF.

## **2.1 La médiation : une solution pour le voyageur**

### **2.1.1 L'antagonisme entreprise/ voyageur**

Dans un premier temps, je vais, tenter de rendre compte de l'importance de l'influence d'une entreprise ferroviaire telle que la SNCF sur l'ensemble des individus. Il nous paraît, dès lors, essentiel de porter notre regard sur le phénomène de la mobilité qui constitue un facteur essentiel dans la compréhension du rapport SNCF/voyageur.

#### **2.1.1.1 La mobilité, un facteur essentiel dans le rapport SNCF/voyageur**

La mobilité fait, aujourd'hui, partie intégrante de notre société et de notre vie quotidienne. Mains facteurs (sociaux, économiques, historiques...) sont à l'origine de ce phénomène, rendant les individus, dans notre société actuelle, « mobiles ».

La mobilité spatiale est associée à la dimension sociale si nous nous référons à cette définition : *"La mobilité spatiale ne peut pas être considérée isolément de la société elle est une pratique d'insertion et ne peut se réaliser par rapport à un environnement social qui lui donne son sens et sa structure"* (KAUFMANN, 2001, p.160). KAUFMANN rend compte ici que ce sont les individus qui par leurs déplacements et par leur présence donnent du sens à l'espace. On peut, de ce fait, parler d'une organisation spatiale qui se fait autour de structures fonctionnelles et matérielles et qui prend sens par les déplacements entrepris par les individus, créant un dynamisme spatial et social. Néanmoins, cette mobilité spatiale n'est possible que par la mise en réseau d'un système de transport routier, ferroviaire, aérien qui permet donc aux individus de se déplacer d'un espace à un autre. En cela, l'entreprise SNCF définie comme *« une structure économique et sociale qui regroupe des moyens humains, matériels, immatériels et financiers, qui sont combinés de manière organisée pour fournir des biens ou*

*des services à des clients dans un environnement concurrentiel (le marché) ou non concurrentiel (le monopole) avec un objectif de rentabilité<sup>16</sup>»* rend possible l'existence d'une mobilité quotidienne. Effectivement, détenant le monopole du réseau ferroviaire national, la SNCF tend à proposer une mobilité accessible à l'ensemble des individus. C'est pourquoi, l'entreprise qu'est la SNCF aujourd'hui, s'inscrit dans un processus qui ne peut être que collectif, à l'échelle macro-sociale. Sa finalité première est d'offrir un service de transports de qualité à l'ensemble des individus, structurée autour de différentes dimensions (relationnelle, économique, commerciale...) en corrélation les unes avec les autres. Entendons que le service public *«peut être aussi lu en terme moins positifs, comme égalisation, comme non-reconnaissance de la singularité de chaque situation. Saisis au pluriel, les usagers sont alors la référence de l'action, objets de mesure et d'enquêtes, mais saisi au singulier, chaque usager apparaît avec ses attentes et pratiques singulières comme un grain qui risque de bloquer la machine »* (JEANNOT, op.cit, p.8). Comme toute entreprise de grande envergure, la prise en compte de la dimension individuelle pour une entreprise de la taille de la SNCF est quasi-inexistante. De fait, la SNCF tend à répondre aux demandes et aux attentes des voyageurs dans sa globalité et non d'une manière individuelle et personnelle. Cette logique, s'appuyant sur l'absence de la prise en compte individuelle, comporte un risque prédominant pour le voyageur : le manque d'écoute à son égard, l'entreprise pouvant considérer que la perte d'un client ne met pas en jeu sa survie. Or, la SNCF ne peut écouter tous les voyageurs de manière individualisée et ne peut répondre à des demandes et des attentes précises et spécifiques pour chacun des voyageurs. En effet, cette démarche nécessiterait un coût relativement important pour l'entreprise. Néanmoins, les clients insatisfaits coûtent très cher aux entreprises qui savent que le coût de recrutement est, en général, beaucoup plus élevé que le coût de rétention d'un client acquis. Il est donc préférable de s'employer à garder ses clients que de s'épuiser à en recruter de nouveau pour remplacer ceux qui s'en vont. Jacques-Antoine GRANJON (fondateur de vente-privee.com), l'explique clairement (Le Nouvel Économiste, juin 2010) : *« Le service client a certes un coût, mais c'est avant tout un investissement.. Il s'agit d'instaurer une stratégie à long terme »*. C'est pourquoi, dans une optique stratégique, la mise en place de services relations clients au sein des entreprises pour répondre à l'insatisfaction des clients est nécessaire voire primordial.

D'une manière générale, l'absence de la prise en compte des attentes individuelles des

---

16 <http://fr.wikipedia.org/wiki/Entreprise>

consommateurs peut entraîner des « dérives » fréquentes et répétées de la part des entreprises, qui aux yeux des consommateurs peuvent être considérés comme des abus. En effet, les entreprises produisent des biens ou rendent des services pour une quantité d'individus et ne se limitent donc pas à un seul et même individu. Le consommateur quant à lui, recouvre des réalités sociologiques extrêmement différentes en fonction de son âge, de son sexe, de son niveau de qualification, de sa culture ou en fonction de sa taille. Bien que parfois le produit vise un public spécifique, l'entreprise en question ne s'attarde pas sur ses caractéristiques même s'il tente de se rapprocher au plus près de la diversité des consommateurs.

Le rapport SNCF/voyageur est extrêmement complexe mais relativement important afin de permettre d'une part, à la SNCF d'atteindre ses objectifs et d'autre part, permettre aux voyageurs d'être satisfaits de la qualité des services rendus. Il est alors essentiel pour les entreprises d'établir une relation de confiance avec leurs clients puisque même si nous partons du principe que la perte d'un client ne nuit pas directement à l'entreprise, celui-ci peut diffuser un avis défavorable et rendre l'entreprise moins crédible aux yeux de plusieurs clients. Cela peut paraître minime lorsque l'entreprise est de grande envergure comme la SNCF mais la réputation donnée, notamment par des moyens de communication tels que les médias et les réseaux sociaux, constitue un élément déterminant pour l'entreprise. Les entreprises se doivent de répondre en permanence, aux différents besoins et attentes de leurs clients.

### **2.1.1.2 L'émergence des « services consommation » dans les entreprises**

Les entreprises tendent à entreprendre de sérieux efforts pour aller au plus près de la satisfaction des consommateurs qui sont de plus en plus exigeants. Le développement du consumérisme a donc conduit les entreprises à aménager leur stratégie de développement vis-à-vis des consommateurs et ce, dans une logique évolutive. Pour faire face à la montée des réclamations et tenter de régler plus sagement leurs inévitables difficultés, un grand nombre d'entre elles ont créé un "service consommation"<sup>17</sup>.

Les services consommation sont donc nés de la complexité du rapport entreprise/client, en réponse aux nombreuses difficultés rencontrées aussi bien par le client que par l'entreprise elle-même, notamment en matière d'information. Par exemple, certaines entreprises ont souffert cruellement d'informations défavorables qui étaient communiquées et qui émanaient

---

<sup>17</sup> Le service consommateur est le fruit de l'activisme des consommateurs français rencontré dans les années 1970. En France, quinze services consommateurs étaient à dénombrer en 1976. En 2002, les services consommateurs étaient estimés à 600.

du monde des consommateurs (Lesieur, Peugeot...). Il est vrai que ces services dépendent des entreprises qui les ont instaurés. Cela peut s'expliquer par le fait qu'aujourd'hui, les services consommateurs voient leurs fonctions d'origine se redéfinir, s'inscrivant dans une logique de fidélisation et de satisfaction du client en plus de la simple gestion des litiges. Si les réclamations représentaient 80 % de l'activité de services consommateurs dans les années 1970, elles représentent aujourd'hui 33 % de leur activité<sup>18</sup>. Les deux tiers des contacts concernent des besoins d'information, de conseil, et d'aide.

Des services contentieux existent parallèlement aux services consommateurs dans la plupart des grandes entreprises. Le service consommateur recherche des solutions à l'amiable et aujourd'hui, le service consommateur a également une fonction de porte-parole<sup>19</sup> et d'intermédiaire. A ce titre, il a comme rôle d'écouter et de transmettre au sein de l'entreprise les attentes, les demandes et les réclamations exprimées par les consommateurs individuels. A l'inverse, il explique les démarches et les contraintes de l'entreprise aux clients. Même si ces services tendent à s'inscrire dans une logique informative, préventive et communicative. Selon une étude réalisée par l'Observatoire de la relation client Webhelp – Opinionway en 2009, nous assistons à « *des relations plus complexes, des questions plus pointues et des exigences d'efficacité de la part du client vis-à-vis de son service client.* » (Rapport MEDEF, déc. 2010). Le consommateur recherche avant tout de l'aide pour résoudre un problème qu'il n'a pu résoudre de manière autonome. En ce qui concerne la question satisfaction qui a été posée aux clients, l'efficacité de la solution proposée n'obtient qu'un taux de satisfaction de 58 %, alors qu'il s'agit du critère le plus important pour 74 % des sondés. En effet, l'étude Accenture 2009 –Satisfaction report – montre que les consommateurs se déclarent eux mêmes de plus en plus exigeants, et liste les principales attentes en matière de service clients.

Je vais maintenant, porter mon regard sur les services dépendants de la SNCF (Service Relation Clients et Centre de Recouvrement). Le nombre de réclamations annuelles faites aux services compétents de la SNCF est très élevé en terme de valeur absolue mais comparativement, il reste très faible en pourcentage du nombre de voyages annuels, évalués à un milliard cinq cent millions. Effectivement, la proportion de réclamations faite aux services compétents reste minime quant à la proportion du nombre de voyages. Cependant, il semble très difficile pour ces services de procéder à du cas par cas. La gestion des réclamations

---

18 Source tirée de la conférence intitulée: «Nouvelles relations entreprises-consommateurs : transparence ou apparence? » du 10/10/02  
([http://www.economie.gouv.fr/fonds\\_documentaire/dgcrf/02\\_actualite/ateliers\\_conso/atelier24g.htm](http://www.economie.gouv.fr/fonds_documentaire/dgcrf/02_actualite/ateliers_conso/atelier24g.htm))

19 idem

reçues ne paraît pas leur permettre de procéder à des réponses personnalisées pour chacun des réclamants. De même, au vu du nombre important de réclamations, le délai initialement prévu (environ un mois) se voit souvent prolongé et c'est pourquoi, l'absence de réponse de la part de ces services est ponctuelle. Elle ne fait donc qu'attiser et accroître un sentiment de colère du voyageur vis-à-vis de la SNCF. De plus, face à la nature de certains litiges, la position des services après-vente et des centres de recouvrement est complètement fermée. Elles appliquent formellement et rigoureusement le règlement qui leur est soumis et ne peuvent s'adapter à chacune des réclamations reçues. En somme, ces services procèdent à un « traitement de masse ».

C'est sur cet antagonisme permanent que la médiation tend à offrir aussi bien à l'entreprise qu'au voyageur une approche nouvelle, différente, en vue d'établir ou rétablir une communication mutuelle possible.

Certains clients voient leur litige subsister à l'issue de la première voie de recours qui leur a été proposée. Quels sont alors les recours possibles pour donner suite à la réclamation du client, porteur d'un litige de consommation, lorsqu'il est confronté à un refus ou à une absence de la part des services compétents de l'entreprise ?

Le premier mode de résolution des conflits qui nous vient en tête est évidemment la justice. Nous savons que le problème du règlement des petits litiges de consommation est ancien. La première voie explorée a été celle d'un accès facilité au tribunal d'instance. Une petite amélioration du règlement des litiges s'en est suivie mais n'a pas été suffisante, notamment en raison de la multiplication des affaires, de l'encombrement des tribunaux et des appréhensions du consommateur à l'égard de tout recours à la justice.

Il semblerait qu'avoir recours à une procédure judiciaire serait une démarche assez démesurée dans le cadre d'un litige dont la somme reste relativement minime. Si nous partons d'un sondage d'opinion réalisé en Europe, celui-ci fait apparaître l'existence d'un seuil économique à partir duquel les personnes, si elles rencontraient un problème de consommation, seraient prêtes à le porter en justice : 18 % le feraient pour 1000 €, 18 % pour 500 €, 18 % ne savent pas, 16 % n'iraient jamais en justice quel que soit le montant, 11 % pour 200 €, 11 % pour moins de 100 €, 7 % pour 100 €. De plus, ceux qui estiment qu'ils n'iraient pas en justice invoquent à 73 % le fait que ce soit trop cher par rapport à la valeur du produit ou service, à 33 % que la procédure est trop longue, à 23 % que la procédure est trop compliquée, à 8 % que ça ne servirait à rien car ils ne gagneraient pas, à 4 % qu'ils ne savent

pas à qui / où s'adresser, à 3 % pour d'autres raisons, et à 2 % qu'ils ne savent pas<sup>20</sup>. Ce sondage relève l'existence d'une véritable faille dans le système judiciaire qui ne se limite pas seulement aux litiges de consommation. En effet, premièrement, la procédure judiciaire est une démarche perçue comme coûteuse, notamment par le fait de l'intervention d'un avocat et longue qui nécessite du temps, de la patience et un financement. Toutefois, de nombreuses procédures judiciaires rendent la présence d'un avocat facultative : le recours au juge de proximité, la saisine simplifiée du tribunal d'instance ne nécessitent pas l'intervention d'un avocat mais elles demandent une certaine compétence en matière juridique. Vient s'ajouter à cela, que la plupart des litiges de consommation s'élève en moyenne à 100 euros (MOREL, 2010). Il y a alors une disproportion entre l'enjeu économique du litige et le coût et la durée de son règlement judiciaire, ce qui nous amène à comprendre le peu de recours à la justice en matière de consommation. Comme le résultat l'indique, même pour un litige s'élevant à 1000 euros, seulement 18% le porteraient en justice, ce qui est très peu. En soi, la procédure judiciaire représente un véritable engagement aussi bien sur le plan financier que psychologique et de ce fait, elle est une démarche complexe pour les individus.

Au final, les litiges liés à la consommation et plus précisément, aux transports collectifs sont minimes quant à l'ampleur de certains conflits qui nécessitent réellement une procédure judiciaire, comme le souligne Bernard CIEUTAT, Médiateur de la SNCF (entretien du 21 mai 2012) :

*« (...) Elle (la médiation) est importante car c'est beaucoup de petits, ce qu'on appelle de petits litiges. Je n'ai pas calculé le montant moyen des réclamations, des satisfactions que j'ai pu donner mais les sommes dépassent rarement les 150, 200 voire 300 euros. Bon, ce sont des sommes importantes mais vous allez rarement en justice pour le principe, compte tenu des frais que vous risquez d'encourir pour des sommes de 20, 30, 50, 80 euros, qui sont quand même, de petites sommes. »*

Néanmoins, il est important pour les consommateurs de faire valoir leurs droits et de leur permettre d'accéder à une voie de recours appropriée à leur litige. Dans ce cas, si nous mettons de côté la procédure judiciaire, quels sont les modes de résolution des conflits qu'un consommateur de transport ferroviaire peut saisir dans le but de résoudre son litige ?

Le rôle initial des associations de consommateurs s'inscrit dans une démarche de défense et de protection de l'individu et de ses intérêts en matière de consommation. Nées dans les années

---

20 <http://m2-sdd.u-paris2.fr/francais/laboratoire/documen%20laboratoire/projetsGIP/projetsnonrecoursalajustice.pdf>

60, en lien avec l'émergence du phénomène de consommation de masse, elles constituent à ce jour, un recours indispensable pour faire valoir les droits des consommateurs. Lorsqu'un consommateur s'oppose à une entreprise, il est fortement conseillé à ce dernier, de s'orienter vers une association de consommateurs, afin de trouver une solution possible à son litige. L'existence de bénévoles ou permanents experts en matière de droit dans des domaines spécifiques (transports, logement, santé...) rend compte de la pertinence de ces associations et de la nécessité d'avoir recours à celles-ci. Les associations de consommateurs peuvent être une véritable passerelle et intermédiaire entre le professionnel et le consommateur. Elle tend à répondre aux attentes et aux questionnements des consommateurs se trouvant dans l'incertitude et le doute, quant à leurs droits. Concernant un litige, elle se veut être un « porte-parole » entre l'entreprise et le consommateur. Au-delà des litiges individuels, le service juridique de la FNAUT exprime aussi des demandes collectives (pouvant concerner toutes les catégories de voyageurs) auprès de la SNCF.

### **2.1.2 La médiation : une logique communicative et relationnelle**

L'apport de la médiation dans le milieu de la consommation et plus particulièrement dans le milieu des transports semble particulièrement nécessaire et utile. Il y a là, un véritable enjeu d'insérer et de développer une méthode de résolution des conflits « extra-judiciaire », qui repose essentiellement sur une logique communicative et relationnelle, notamment au regard des freins liés au mode judiciaire.

Tout d'abord, il est important de s'attarder sur un élément primordial nécessaire dans la compréhension des pratiques de médiation au service de la consommation.

Il faut savoir que la consommation est un domaine très large qui touche des secteurs très diversifiés. Son champ d'intervention est extrêmement varié. Nous pouvons différencier deux catégories reposant sur la nature du litige : les litiges qui touchent aux biens (alimentation, automobile...) et ceux issus des services (commerce et prestation des services, santé...). De ce fait, elle rend compte d'une diversité et d'une hétérogénéité de situations complexes, qui ne peuvent se réduire à une seule forme de médiation. En ce sens, chaque secteur suppose des connaissances et des compétences particulières et spécifiques, définies dans un cadre légal. En effet, chacun des domaines répond à des règles et pratiques qui ne peuvent se substituer aux autres secteurs.

La pertinence de la médiation dans le domaine de la consommation se situe justement dans la

multitude de conflits à traiter, qui tend à montrer que la médiation peut être applicable et efficace à tous les secteurs touchant à la consommation. Elle nécessite bien entendu, des compétences propres à la pratique de médiation (code de déontologie) et en parallèle, des connaissances en matière juridique spécifiques à chacun des secteurs.

J'ai mis en évidence dans la première sous-partie, la difficulté de la prise en compte individuelle par la SNCF qui, inévitablement, génère des difficultés entre cette dernière et le consommateur. Ces difficultés peuvent alors créer une situation de rupture permanente ou temporaire et peut rompre de ce fait, tout dialogue et toute communication entre ces deux parties. La relation de confiance établie entre la SNCF et le voyageur se voit ainsi mise en péril. D'un côté, l'entreprise applique le règlement, minimisant la prise en compte de la dimension singulière de chacune des situations auxquelles elle fait face et de l'autre, le voyageur peut en l'occurrence, avoir le sentiment de ne pas se sentir écouté, ni reconnu, se considérant victime d'une injustice profonde. La charge émotionnelle du voyageur peut alors être très forte dans une situation conflictuelle qui l'oppose à l'entreprise et contribuer de ce fait, à diminuer le sentiment de fiabilité de la SNCF et le niveau de confiance dans sa relation avec la SNCF. C'est pourquoi, seule la médiation a la capacité de prendre en compte le voyageur dans sa singularité afin de répondre à ses attentes et besoins individuels. Effectivement, la médiation ne se réduit pas à la simple gestion des litiges mais dépasse ce rôle pour devenir un outil ayant *« pour objectif de favoriser la compréhension mutuelle entre le voyageur et l'entreprise et de préserver leurs relations futures. Elle s'offre comme une passerelle pour établir un dialogue et un espace de confiance entre la SNCF et ses clients »*. (B. CIEUTAT, 2009, p.4). Le Médiateur *« s'engage personnellement sur chacune des réclamations qui lui parviennent, quel que soit leur nombre »* (B. CIEUTAT, Transports, n°149) et de ce fait, chaque voyageur qui saisit le Médiateur est en droit d'attendre de lui un examen personnalisé et individuel, comme le précise, le Médiateur Bernard CIEUTAT (entretien du 21 mai 2012) :

*« Chaque dossier doit être l'occasion d'une réflexion particulière, appropriée, adaptée »*

L'une des caractéristiques particulières de la médiation qui en fait même son originalité est la prise en compte de l'individu à titre personnel. Le regard porté par le voyageur empreint de colère et de méfiance vis-à-vis de la SNCF peut s'atténuer et permettre de nouveau, à l'issue

de l'avis rendu, de rétablir une compréhension réciproque entre le voyageur et l'entreprise. Il y a là, la volonté pour le Médiateur de rétablir un équilibre et un rapport entreprise/voyageur fondamentalement basé sur une relation de confiance et une ouverture au dialogue. Je soulignerai, de ce fait, l'importance d'avoir un système de recours à plusieurs niveaux, bénéfique pour le voyageur. En effet, la médiation SNCF constitue une voie de recours après la décision des services internes à la SNCF. La saisine du Médiateur est permise à condition que la SNCF se soit déjà prononcée, à l'issue d'un premier examen. En l'absence d'une réponse au bout d'un mois ou devant une réponse négative ou satisfaisante, le voyageur peut alors saisir le Médiateur. Pour le saisir il faut impérativement envoyer un courrier de contestation préalable auprès du service compétent. La médiation constitue un deuxième niveau d'examen des réclamations. Par définition, la médiation implique l'existence d'un désaccord entre le voyageur et l'entreprise. Les voyageurs gardent la possibilité de porter à tout moment leur différend devant les tribunaux. Il est alors tout de suite dessaisi puisqu'il ne se situe pas dans l'ordre judiciaire.

### **2.1.3 Une solution aussi bien bénéfique pour le voyageur que pour la SNCF**

A partir des années 1990, des instances de Médiation se mettent progressivement en place au sein de nombreuses entreprises. Au delà de ce qui peut apparaître comme un phénomène médiatique ou de mode, ces instances semblent répondre à un besoin profond de la société contemporaine. Dans une optique d'ouverture au dialogue, la médiation semble être une solution appropriée et adaptée, visant à palier des difficultés résultant d'une exigence de plus en plus accrue des consommateurs et de l'apparition de dysfonctionnements liés à l'entreprise.

C'est donc dans ce contexte que la majorité des organisations de consommateurs et d'utilisateurs agréées sur le plan national et la SNCF ont conclu le 27 juin 1990 un protocole d'accord mettant en place des « *structures permanentes d'information et de concertation* » entre l'entreprise et les signataires et prévoyant « *d'améliorer la qualité des relations entre la SNCF et ses différentes catégories de voyageurs, notamment par l'analyse périodique des litiges et des réclamations* ». Dans ce cadre contractuel, les parties au protocole ont décidé de créer et d'instaurer, en 1994, une instance de médiation permettant aux voyageurs d'obtenir gratuitement et rapidement un avis motivé d'une personnalité indépendante et extérieure à la SNCF. Loin de remettre en cause le cadre existant de traitement des litiges des services SNCF,

le principal enjeu était de permettre de rendre un deuxième avis sur des litiges qui n'avaient pas pu être réglés par les services compétents de la SNCF, avis rendu par un Médiateur, tiers indépendant et impartial, qui serait « *l'interlocuteur ultime entre des clients en litige avec l'entreprise* » (ROTH, 2009, p.7) et ce, par l'intermédiaire des associations de consommateurs et d'usagers, soit 17 associations (exceptée l'association UFC-Que Choisir), les voyageurs ne pouvant le saisir directement. En effet, à l'origine, le Médiateur ne pouvait être saisi que par le biais des associations signataires et ne pouvait communiquer qu'avec elles. Cette initiative aurait pour l'origine « *les nombreuses réclamations consécutives à la mise en place du système « Socrate* » (projet d'évolution du système de réservation informatique de la SNCF mise en place en 1993) de réservation des places ». Au départ, instauré à titre expérimental, le dispositif de médiation a été reconduit l'année suivante à l'issue du second Conseil Consultatif des Consommateurs et des Usagers, suite au bilan annuel du Médiateur relativement positif. Depuis 1994, la pratique du Médiateur ainsi que son fonctionnement se sont vues modifiées et améliorées.

L'intervention d'associations de consommateurs et d'usagers est et reste un appui extérieur indispensable à la SNCF afin de pointer et soulever des problèmes intrinsèquement liés à l'entreprise SNCF. En effet, ces associations et plus précisément la FNAUT, représentent au plus près l'ensemble des voyageurs et de ce fait, elles peuvent mettre en évidence des difficultés et des dysfonctionnements importants. Le travail de la FNAUT ne s'arrête pas au simple traitement et à la résolution des litiges et dépasse largement ce cadre là. Effectivement, elle a également pour rôle de donner des pistes de réflexion et d'amélioration utiles et nécessaires dont le but est de générer une prise de conscience de la SNCF afin d'améliorer sa qualité de service. En complémentarité, le Médiateur SNCF constitue un porte-parole légitime et primordial aussi bien pour les voyageurs que pour la SNCF. Comme le souligne le Médiateur SNCF dans son premier rapport annuel en 1994, « *l'exemplarité de certains dossiers a permis de relever des problèmes clés pour tenter de leur apporter une solution plus générale* ». L'extériorité du Médiateur et des associations semble permettre de rendre compte de problèmes qui peuvent être souvent invisibles aux yeux de l'entreprise. En effet, le plus souvent, « *l'essentiel est invisible pour les yeux* » (SAINT-EXUPERY, 1943, chap. 21) et le risque pour une entreprise telle que la SNCF peut être la difficulté à affronter directement les problèmes qui sont liés à l'organisation et au fonctionnement de celle-ci. Il n'est pas forcément évident de discerner les difficultés qui peuvent émaner du fonctionnement interne

auquel on participe. Cela nécessite une prise de conscience de part de l'ensemble des acteurs travaillant pour la structure même. Les salariés de l'entreprise sont les principaux acteurs, c'est eux qui la font vivre, la dynamisent, participant au fonctionnement interne et il est parfois difficile de prendre du recul et de la distance vis-à-vis de son propre champ d'action. Leur objectivité peut en être complètement biaisée. C'est pourquoi, le recours au Médiateur, personne extérieure et indépendante à l'entreprise ou à une association de consommateurs permettent une certaine objectivité qui ne peut être que bénéfique pour l'entreprise et le voyageur.

Il est important d'avoir une voie de recours comme la médiation, suscitant son intérêt personnel de voir le nombre de réclamations augmenter. En ce sens, nous ne pouvons que nous rendre compte de la volonté de la SNCF d'améliorer la qualité de service au regard du Médiateur, de sa pratique et des propositions qu'il rend chaque année dans son rapport. Le Médiateur est en effet, un observateur privilégié des rapports de l'entreprise avec ses clients, attentif aussi bien aux droits des voyageurs qu'aux intérêts de l'entreprise. En effet, pour rendre ses avis, il tient compte à la fois de la situation du voyageur et des règles de l'entreprise. Comme le précise le Médiateur, « *la médiation rend service à l'entreprise en rendant service au client* » (La Vie du Rail, 2006). Elle permet de donner une dimension beaucoup plus humaine dans le rapport entretenu entre la SNCF et le voyageur. En cela, elle s'inscrit dans une perspective d'humanisation des liens entre des personnes physiques (représentées par les voyageurs) et une personne morale qu'est l'entreprise SNCF.

Il ne faut pas oublier que l'émergence et le développement de la médiation SNCF résulte de l'existence d'une cohésion primordiale et essentielle entre les associations, le Médiateur et la SNCF. Cette cohésion permet d'entretenir entre elles des relations confiantes et constructives, au bénéfice des voyageurs mais également de l'entreprise elle-même.

## 2.2 Bilan général et résultats de l'activité du Médiateur de la SNCF

Dans une seconde sous-partie, je vais porter mon regard sur la pratique du Médiateur de la SNCF, tiers indépendant et impartial et centrer ma réflexion sur une analyse de l'activité du Médiateur afin de comprendre de quelle manière ce dernier joue un rôle dans l'amélioration de la qualité de service de la SNCF.

Mon analyse portera sur quatre ans : 2008, 2009, 2010 et 2011. Ce choix prend en compte premièrement, les années les plus récentes et deuxièmement, des modifications apportées à la saisine du Médiateur depuis la révision du Protocole en 2009. Je m'appuierai d'une part, sur l'expérience et l'activité de la FNAUT au regard de ses bilans annuels et deuxièmement, sur les résultats annuels et l'entretien du Médiateur, afin de rendre notre analyse pertinente.

### 2.2.1 Analyse des litiges du Médiateur de la SNCF sur 4 ans

Tout d'abord, je vais centrer ma réflexion sur l'analyse des litiges transmis et traités par le Médiateur SNCF. Il me paraît intéressant de m'interroger sur le caractère évolutif des litiges, impactant directement sur la pratique du Médiateur mais également sur les associations de consommateurs agréées.

Le tableau ci-dessous représente le nombre de réclamations transmises au médiateur et celles traitées sur une période de quatre ans. Nous avons également fait une troisième colonne portant sur les litiges émanant des particuliers. En effet, les voyageurs depuis 2009, ont la possibilité de procéder à une saisine directe, sans l'intervention des associations de consommateurs agréées.

**Tableau par année du nombre de dossiers de litiges reçus, traités et émanant de particuliers.**

	Nombre de litiges au total	Nombre de litiges émanant directement des particuliers	Réclamations/dossiers recevables
<b>2008</b>	746 réclamations transmises et traitées (le nombre exacte n'est pas indiqué)	Aucune	746 dossiers recevables
<b>2009</b>	2485 réclamations transmises	2066 réclamations	65% de dossiers recevables, soit 1624
<b>2010</b>	3731 réclamations transmises	3408 réclamations soit 92% du total	66%, soit environ 2487 dossiers recevables
<b>2011</b>	4339 réclamations transmises	4101 réclamations, soit 95%	71,00% soit 3081 dossiers recevables

Dans un premier temps, il ressort que les dossiers de litiges transmis au médiateur ne cessent d'augmenter depuis 2008. Effectivement, pour l'année 2011, le nombre de dossiers de réclamations reçus sous la forme d'un courrier, d'un courriel ou d'un appel téléphonique a atteint 4339, contre 746 en 2008. De ce fait, quels sont les facteurs explicatifs d'une telle augmentation ?

### **2.2.1.1 Les facteurs explicatifs de l'augmentation du nombre de litiges transmis au Médiateur durant les quatre dernières années**

Je soulignerai, tout d'abord, un écart important entre 2008 et 2009 concernant les dossiers reçus par le Médiateur. Cet écart s'explique par une modification importante, apportée au fonctionnement de la médiation SNCF, pendant l'année 2009 : celle de pouvoir saisir directement le Médiateur, sans l'intermédiaire des associations signataires du Protocole. En cela, la « saisine directe » permet alors au voyageur de devenir le principal acteur de sa propre démarche auprès du Médiateur. Auparavant, l'obligation de devoir passer par une association de consommateurs et d'usagers afin qu'elle puisse intervenir en faveur du voyageur, impliquait une adhésion pour le voyageur. Seulement, les frais d'adhésion pouvaient être équivalents voire supérieurs au montant demandé par le voyageur en question. En cela, la réticence du voyageur peut alors être compréhensible. Cependant, le coût de l'adhésion est rendu nécessaire par les règles sur les consultations juridiques. Outre l'aspect financier, la volonté première du voyageur est de faire valoir ses droits auprès d'une entreprise qu'il peut juger avec des mots durs, reflétant son état émotionnel au moment de la prise de contact avec l'association. La volonté de se faire entendre peut primer sur l'aspect financier. La saisine des instances de médiation par les associations s'explique également par le fait que les règles relatives aux litiges sont extrêmement complexes et relève du droit des transports et du droit pénal. L'existence de services experts comme le service juridique de la FNAUT est nécessaire au regard de la méconnaissance du droit des transports pour une grande majorité des voyageurs.

Un second changement survenu il y a seulement quelques mois est la saisine en ligne par le voyageur du Médiateur. La mise en place de ce dispositif relève de la décision du Président, Guillaume PEPY, dans une optique de facilitation et d'élargissement des modes de saisine, en offrant la possibilité aux voyageurs de saisir directement le Médiateur, en ligne sur le site sncf.com. Le Médiateur, dans son rapport annuel 2011, met en exergue qu'à partir du

quatrième semestre, correspondant au lancement de la saisine en ligne, cette dernière représente 29 % du nombre total des saisines du Médiateur, ce qui tend à démontrer que cette nouvelle possibilité offerte à l'ensemble des voyageurs correspond à une véritable demande. Il est, en même temps, impératif pour la SNCF de mener sa stratégie en s'adaptant aux demandes et aux attentes de ses clients qui sont intrinsèquement liées à l'évolution de la société actuelle.

Nous ne voulons pas dire pour autant, que du fait de l'émergence de la saisine directe, les Associations de Consommateurs et d'Usagers telles que la FNAUT aient été écartées des démarches entreprises par le voyageur. Certains voyageurs n'hésitent pas à « *s'assurer du bien-fondé de leur demande ou de leur démarche* » (Bilan de la FNAUT, 2010) auprès du service juridique de la FNAUT, par une prise de contact succincte. Elle revêt alors le rôle d'une conseillère, guidant le réclamant dans sa propre démarche. A l'inverse, certains voyageurs préféreront faire intervenir le service juridique en leur faveur. En effet, l'existence d'un service juridique géré par deux permanents experts en litiges de transports collectifs, renforce l'efficacité et le fiabilité de ce ledit service.

### **2.2.1.2 Les apports de la saisine directe et de la saisine en ligne**

La saisine directe ainsi que la saisine en ligne apportent à l'ensemble des voyageurs le libre choix du mode de saisine. Par sa propre initiative, le voyageur peut décider d'engager la procédure auprès du Médiateur selon trois modes de saisine : par l'intermédiaire d'une association de consommateurs, du Défenseur des Droits, par la saisine directe ou en ligne. S'inscrivant dans une logique d'ouverture et de facilité, ces nouveaux modes de saisine tendent à offrir aux voyageurs un accès plus direct, gratuit et rapide et tend à rendre le voyageur responsable. Comme le définit le groupe Médiation Net, la médiation « *relève d'une démarche volontaire et fait appel à un tiers médiateur indépendant et impartial* ».

Certes, l'obligation de passer par une association ou le Médiateur de la République n'excluait pas le libre-choix pour le voyageur mais elle le limitait. En effet, cette obligation relevait, d'une certaine manière, d'une contrainte, limitant le choix du voyageur à continuer sa démarche auprès du Médiateur, en engageant des frais afin de recevoir le soutien de la FNAUT ou alors, de mettre un terme définitif à son litige, restreignant de ce fait, son champ d'action.

Il convient également de souligner que la majorité des médiateurs du service public et des grandes entreprises peuvent être sollicités directement par les usagers et clients, sans intermédiaires, dont les derniers en date avant la SNCF en 2009, sont La Poste, en 2005 et la RATP en 2006. Il était donc essentiel que la SNCF évolue sur ce point.

La mise en place de la saisine directe et en ligne a permis une meilleure connaissance de l'existence du Médiateur de la SNCF. Il semblerait que la SNCF se soit efforcée de mettre en lumière le dispositif de médiation par une information plus accrue de son existence, se manifestant par des actions de communication (communiqués de presse, site internet SNCF...).

Le Médiateur de la SNCF tend à expliquer l'augmentation importante des saisines à partir de 2009, par une meilleure connaissance de la médiation par les voyageurs. Il le présente en ces termes (entretien du 21 mai 2012) :

*« Voilà, c'est vraiment lié à une meilleure connaissance, les gens connaissent mieux l'existence de la médiation et les efforts qui ont été faits pour la faire mieux connaître. En 2011, parce qu'il y a eu Internet, après la saisine directe. Il y a aussi le site de la SNCF où la Médiation apparaît. Elle n'apparaît pas tout de suite, il faut aller dans vie pratique et puis, sur les pochettes de billets, il est maintenant, indiqué que les voyageurs peuvent s'adresser au Médiateur de la SNCF s'ils ne sont pas satisfaits des réponses des services réclamations. Y a eu une campagne dans la presse, assez régulièrement. »*

En ce sens, les initiatives et les mesures prises par la SNCF afin de faire connaître le Médiateur ne peut être qu'être bénéfique pour le développement de la médiation et sont donc conséquentes pour l'activité du Médiateur.

### **2.2.1.3 Les limites de la saisine directe aussi bien pour la FNAUT que pour le Médiateur**

Nous avons vu que les deux modes de saisine mis en place récemment par le Président de la SNCF, en collaboration avec les associations et le Médiateur, ont contribué à des modifications importantes à différents niveaux.

Les effets de la saisine directe semblent avoir été instantanés puisqu'en 2009, 2486 réclamations sont parvenues au Médiateur, contre 746 en 2008, soit trois fois plus. Néanmoins, cet accroissement significatif du nombre de saisines du Médiateur a généré certaines difficultés émanant de l'organisation du service Médiation. En effet, le Médiateur a

dû faire face à des difficultés naissantes, notamment dans le délai de traitement initialement prévu. Il faut savoir que le protocole fixe au Médiateur un délai de deux mois pour faire connaître son avis, en précisant néanmoins que le « *délai peut être porté à quatre mois si la nature ou la complexité du litige le justifie (dossiers demandant une enquête plus longue ou plus difficile)* ». (Protocole de médiation entre les associations et la SNCF). En 2008, la proportion de dossiers traités en moins de deux mois a atteint 80 % alors qu'en 2009, seulement 36 % des dossiers ont été traités dans un délai de deux mois. Pour 30 % des réclamations, le délai de traitement dépassait les quatre mois, contre 6 % en 2008. Même si la saisine directe est l'élément clé dans la compréhension de la hausse du délai de traitement, soulignons également la prise en compte du temps de réponse des services SNCF, correspondant au délai des enquêtes menées par les services. En effet, le Médiateur mène une enquête interne pour répondre en droit et en équité aux dossiers qui lui sont soumis, sollicitant les services dépendant à la SNCF. De ce fait, le Médiateur a dû entreprendre un travail de réorganisation pour lui et son équipe, afin de retrouver des conditions de travail idéales pour traiter au mieux les dossiers de litiges. Face à la forte augmentation du nombre de saisines, l'équipe du Médiateur a été renforcée afin de réduire le délai de traitement qui avait considérablement augmenté et permettre de nouveau, de procéder à l'étude attentive et personnalisée de chacun des dossiers de manière « rapide », comme le voudrait idéalement la médiation.

Parallèlement, la FNAUT est représentatif de l'impact engendré par la saisine directe qui, comme j'ai pu le souligner plus haut dans mon analyse, comportait le risque d'une diminution du nombre de dossiers de réclamation transmis à la FNAUT. Le bilan 2008 du service juridique de la FNAUT a comptabilisé 959 dossiers de réclamations reçus, tous secteurs de transport en commun confondus. Le nombre de dossiers de réclamation concernant exclusivement la SNCF ou la RATP s'est élevé à 748 dossiers portant sur un litige ou un témoignage (courriers par lesquels les usagers nous signalent un dysfonctionnement qu'ils constatent, contre 147 dossiers aériens. Bien que sur l'ensemble des dossiers SNCF et RATP, seulement 27 % (soit 202 dossiers) aient été transmis aux Médiateurs, ces derniers constituent la majorité des réclamations faites au service juridique durant l'année 2008. En 2010, le nombre de dossiers relevant du transport aérien reçus a quasiment égalé, pour la première fois, le nombre de dossiers reçus liés à la SNCF. Ce changement n'est pas véritablement une surprise et trouve sa justification dans les raisons suivantes : d'une part, du fait de la hausse

du nombre de litiges liés au transport aérien (compagnies aériennes et agences de voyages) et d'autre part, par la saisine directe qui tend à modifier le nombre de litiges SNCF annuels transmis à la FNAUT. En effet, 459 réclamations SNCF ont été transmises au service juridique dont 79 ont été l'objet d'une demande auprès du Médiateur, d'où une baisse importante puisque rappelons-le, 202 dossiers lui ont été soumis pour l'année 2008. En somme, il était envisageable et prévisible pour les associations signataires du protocole de voir leur nombre de litiges diminués. Parallèlement, il suffit de porter un regard sur l'analyse des litiges établie par le Médiateur dans son rapport annuel, pour comprendre l'impact de la saisine directe et la saisine en ligne. Je constate que l'essentiel des réclamations émanent des particuliers : pour l'année 2011, ces réclamations, à elles-seules, sont au nombre de 4101, soit 95% pour une totalité de 4439 réclamations transmises.

Il est vrai que la mise en place de ces deux nouveaux modes de saisine réduit et diminue la prise en charge de dossiers de litige dont le but est d'accompagner, représenter et défendre le voyageur, notamment auprès d'instances de médiation telles que la SNCF ou la RATP. Il convient néanmoins, de souligner que malgré la saisine directe, le service de la FNAUT traite encore des dossiers de litiges SNCF. Ce service occupe toujours une grande partie de son temps à conseiller, à orienter et être à l'écoute du voyageur afin de le guider au mieux dans ses démarches. Cependant, ces associations agissent autour d'un intérêt commun, celui de la défense des consommateurs et il semble qu'il aurait été préjudiciable pour les clients SNCF de ne pouvoir entrer en contact direct avec le Médiateur. De plus, même si le nombre de réclamations concernant la SNCF a considérablement diminué, le service juridique de la FNAUT est toujours sollicité dans le règlement des litiges à l'amiable avec la SNCF.

#### **2.2.1.4 La nature des litiges : entre une médiation à caractère pénal et une médiation à caractère commercial**

Je vais maintenant, m'attarder spécifiquement sur la nature des litiges qui sont soumis au Médiateur et examinés par celui-ci. Je discernerai, en effet, deux catégories extrêmement distinctes : les litiges de nature commerciale et les litiges liés aux infractions de la police des chemins de fer.

J'ai mis en évidence dans la première partie, que la particularité du Médiateur est qu'il statue en droit et en équité, comme il le souligne lui-même : « *Je me prononce en équité* ».

Il est important de rappeler ce principe fondamental dans la pratique du Médiateur pour

comprendre, par la suite, son fonctionnement dans la nature des différents litiges qu'il va traiter, fondamentalement basé sur le principe d'impartialité et d'indépendance, rappelant qu'il agit en équité dans le respect du droit.

Par litiges commerciaux, j'entends les litiges concernant la qualité des services rendus par la SNCF, à savoir, l'exécution du contrat de transport, les demandes de remboursement résultant de la non application de l'Engagement Horaire Garanti devenu la garantie ponctualité depuis le 31 mars 2012 et principalement, les demandes de remboursement non induites par la garantie ponctualité (billets inutilisés, erreurs de tarifs, bon voyage...). La nature des litiges commerciaux est extrêmement diverse et rend compte d'une multiplicité de litiges auxquels peut être soumis le voyageur, dès lors qu'il procède à l'achat de billets ou prend le train. Pour une très grande majorité des litiges commerciaux, ces derniers sont nés d'une méconnaissance du système informatique, d'une absence d'information de la part du personnel SNCF ou d'une incompréhension entre le voyageur et la SNCF.

*« Alors, pour le commercial, vous savez, elle a des règles la SNCF et puis, y a l'application qu'en fait la SNCF et puis, l'application qu'en fait le client, le voyageur. Est-ce qu'il respecte les règles ou pas ? Ce que je veux dire par là, c'est que même pour les litiges commerciaux, le voyageur peut être en infraction, même si ça ne se traduit pas par un PV, ça se traduit par ce qu'on appelle une régularisation qui est d'un prix nettement supérieur, évidemment, au prix normal d'un billet, prix dans des conditions respectant les règles SNCF, c'est à dire les règles commerciales. Donc, là, y a énormément de cas de figures. C'est le plus souvent les retards, les conditions de voyage et c'est les tarifs. »*

La deuxième catégorie de litiges concernent les infractions à la police à la police des chemins de fer et ont trait à des infractions tarifaires<sup>21</sup> ou de comportement<sup>22</sup>. Cependant, la majorité correspond à des voyages sans titre de transport et à un moindre degré, à des réductions non justifiées. Les infractions se référant au comportement restent relativement limitées.

La médiation pratiquée par le Médiateur pour les contraventions à la police des chemins de fer relève de la médiation à caractère pénal, comme le souligne Bernard CIEUTAT, Médiateur de la SNCF (entretien du 21 mai 2011) :

*« En ce qui concerne les PV, je regarde effectivement les faits. Là, on est dans une démarche, enfin, une approche pénale, donc c'est plus difficile mais comme je regarde les choses en détails, particulières pour chaque affaire, je peux jouer sur plusieurs éléments. »*

---

21 Nous entendons par infractions tarifaires, les infractions relatives aux voyages sans titre de transport. Par exemple, les voyageurs qui voyagent sans titre de transport alors qu'ils en avaient acheté un initialement (billet perdu, volé, oubli d'abonnement...)

22 Les infractions de comportement concerne par exemple la violation de l'interdiction de fumer, l'usage intempestif du signal d'alarme...

La compétence du Médiateur SNCF pour un champ d'action tel que les infractions pourrait paraître surprenante puisqu'elle est de l'ordre du droit pénal. Les règles de la police des chemins de fer incriminent des comportements quand le voyageur n'est pas titulaire d'un billet « *valable ou complété par les mentions incombant aux voyageurs* ». Or, les conditions de validité des billets sont fixés par la SNCF mais l'infraction en elle-même est constituée si le voyageur n'a pas de billet valable selon les conditions et le contrat établi entre le voyageur et cette dernière. .

Dans le cadre de la pratique du Médiateur SNCF, les demandes concernant les infractions sont à l'origine d'une procédure de traitement spécifique et particulier. En effet, dans le domaine des transports publics, « *la médiation rencontre sur son chemin des institutions juridiques qu'elle ne peut contourner et avec lesquelles elle compose : les délais de procédure, le cours des intérêts, la prescription...* » (MARTENS, 2008, p.VIII, p.85). Elle ne peut, de ce fait, procéder à la même procédure que pour le traitement des litiges commerciaux.

*« D'une, la SNCF systématiquement se pourvoit en justice. Elle porte plainte donc les faits sont évoqués devant les tribunaux. Du moment que l'affaire est devant les tribunaux, alors je ne peux plus rien faire. Ça ne m'appartient pas de faire une enquête policière mais je demande à la Direction Juridique dans ce cas, de suspendre systématiquement le recouvrement du procès-verbal c'est à dire que s'il y a eu usurpation d'identité alors j'écris à la personne que je ne peux pas intervenir, l'affaire sera portée devant les tribunaux mais le recouvrement de votre procès-verbal est suspendu en attendant que la justice se prononce. J'applique si vous voulez la présomption d'innocence. »*

Ci dessous, est présenté ici, un tableau relatif à la nature des litiges recevables et défendables par le Médiateur :

**Tableau de la nature des litiges par année :**

	Nature des litiges par année	
	Litiges commerciaux	Infractions
<b>2008</b>	Non indiqué	285
<b>2009</b>	1728	757
<b>2010</b>	2618	1113
<b>2011</b>	3041	1298

Je constate qu'aussi bien pour les litiges commerciaux que pour les infractions, une augmentation progressive intrinsèquement liée à la hausse générale des litiges transmis au Médiateur. Les litiges de nature commerciale sont beaucoup plus élevés que les litiges portant sur une infraction.

## 2.2.2 Analyse des recommandations du Médiateur de la SNCF

Je ne peux commencer l'analyse des recommandations sans donner une définition précise de ce que nous entendons par la qualité de service de la SNCF. Nous allons nous appuyer essentiellement sur l'étude de la FNAUT portant sur l'ouverture à la concurrence et sur le livre blanc sur la qualité de service de l'union des transports ferroviaires publics (UTP)<sup>23</sup>.

### 2.2.2.1 Définition de la qualité de service

La norme européenne NF EN 13816<sup>24</sup> offre une définition commune de la qualité de service, sous la forme de critères de service et de niveaux d'engagement.

La qualité de service est « *attendue par les voyageurs à plusieurs niveaux de leur voyage, au moment de la réalisation de la prestation de service de transport, particulièrement en gare, à bord des trains et en cas de situation perturbée* » (FNAUT, 2011, p.34). Les attentes des voyageurs se manifestent autour de deux grands niveaux : la qualité de service en gare et la qualité de service à bord. La qualité en gare concerne pour partie des prestations délivrées par une autre entité que l'opérateur ferroviaire<sup>25</sup>, portant sur la propreté des quais et gares, le confort, l'information, l'organisation des espaces. La qualité de service à bord quant à elle, correspond aux conditions de voyage, à la ponctualité et l'information, la sécurité, regroupant une diversité d'attentes de la part des voyageurs. Ces attentes et exigences sont variables dans le temps.

Le travail du Médiateur de la SNCF ne se limite pas seulement au traitement et à la résolution amiable des litiges qu'il reçoit et traite en équité et en droit. En effet, la rédaction d'un rapport annuel constitue l'aboutissement de son travail de règlement des litiges. Ce rapport est rendu public à l'issue du Conseil Consultatif des Associations de Consommateurs qui regroupe la direction SNCF, le Médiateur et son équipe et les représentants de chaque association signataire du protocole. Son rapport présente son activité en tant que Médiateur de la SNCF et met en exergue les résultats statistiques annuels, obtenus suite à une analyse approfondie des

---

23 L'UTP est l'organisation professionnelle des entreprises de transport urbain et des entreprises ferroviaires (fret et voyageurs) en France. Elle représente la profession et défend les intérêts collectifs de ses adhérents auprès des institutions françaises et européennes.

24 Transport public de voyageurs : définition de la qualité de service, objectifs et mesures.

25 Un décret relatif aux prestations de service délivrées par les gares aux opérateurs ferroviaires est en cours d'élaboration.

litiges reçus et traités par le Médiateur et l'ensemble de son équipe. Il expose la position qu'il a prise dans un certain nombre de dossiers caractéristiques de son intervention. Afin de prévenir certains litiges dont il est régulièrement saisi et dans un souci de transparence, le Médiateur se basant sur sa propre expérience et sur l'ensemble des litiges reçus et traités individuellement, élabore des recommandations dont il fait part dans son rapport annuel. Soulignons que ces recommandations lui apportent un rôle supplémentaire, allant au delà du simple rôle joué par les services clientèles qui est de répondre aux réclamations des voyageurs. En ce sens, nous pouvons dire que le Médiateur complète les services clientèles et les centres de recouvrement, l'incluant dans une position et un rôle spécifique et particulier. Cela démontre que sa pratique n'est pas la même que celle mise en pratique par les services clientèles et les centres de recouvrement dépendants pour leur part de la SNCF.

#### **2.2.2.2 Le positionnement impartial et indépendant du Médiateur de la SNCF**

Premièrement, le positionnement du Médiateur de la SNCF en tant que personne extérieure et indépendante, m'amène à m'interroger sur la portée des recommandations proposées chaque année.

En effet, je m'accorde à dire que l'extériorité du Médiateur permet de rendre ses recommandations beaucoup plus fiables et significatives aux yeux de l'ensemble des voyageurs. Il a été vu dans la première partie, que le Médiateur de la SNCF se caractérise par son indépendance. Sa position de tiers doit garantir son indépendance dans le sens où il ne peut dépendre d'une direction ou d'un service se rattachant directement à l'entreprise SNCF. Ce positionnement lui permet donc de ne pas être impliqué personnellement dans le système interne de la SNCF, lui permettant une prise de distance avec celle-ci, nécessaire et utile dans sa pratique quotidienne. Il tend à donner aux avis rendus et motivés et à ces recommandations une dimension légitime et reconnue. La portée pour le Médiateur de pouvoir émettre des recommandations chaque année lui permet une certaine légitimité auprès des voyageurs, puisqu'elles sont présentées à la direction de la SNCF dont le but est d'entreprendre des actions afin d'améliorer les difficultés mises en avant par le Médiateur. En ce sens, le Médiateur constitue un porte-parole privilégié pour les voyageurs. A travers l'élaboration de recommandations, le Médiateur fait valoir des difficultés et des dysfonctionnements récurrents et traduit de ce fait, l'attention qu'il porte aux voyageurs dans le traitement des dossiers individuels et ce, à travers son regard impartial. Ces recommandations sont

révélatrices d'une écoute active et attentive vis-à-vis de l'ensemble des voyageurs.

Le rôle du Médiateur ne s'arrête pas au simple règlement à l'amiable des litiges. Effectivement, il joue également un rôle de prévention, se fondant légitimement sur sa position impartiale et indépendante auprès de la SNCF. En ce sens, il permet de prévenir par une prise de conscience, certaines difficultés que pourrait rencontrer la SNCF et de la rendre plus attentive sur des éléments clés comme l'information, nécessaires dans une relation de confiance. Le Médiateur sensibilise également le service clientèle, partenaire essentiel du Médiateur, sur le traitement des réclamations dans une perspective d'amélioration de la pratique de ce service. Nous pouvons donc dire que ces recommandations s'inscrivent dans une perspective d'anticipation et engagent le médiateur dans un véritable travail de prospection.

Au final, le Médiateur n'agit pas seulement dans une perspective d'amélioration de la qualité de service de la SNCF. Effectivement, ce rapport annuel permet également une prise de conscience relative au travail que lui et son équipe ont fourni tout au long de l'année, afin de rendre compte d'un certain nombre de difficultés et à l'inverse, de mettre en exergue le positif pour tendre vers une amélioration de la pratique et du fonctionnement même du service médiation. Le développement progressif et évolutif de la médiation nécessite une prise de distance de la part du Médiateur sur sa propre pratique.

### 2.2.2.3 Les recommandations annuelles du Médiateur

Le tableau ci-dessous représente une analyse des recommandations du Médiateur sur trois années consécutives. Avec l'aide et l'expérience des deux juristes de la FNAUT, nous avons tenté de rendre compte de l'utilité du dispositif de médiation dans l'amélioration de la qualité de service de la SNCF. Il apparaît tout d'abord que le nombre de recommandations proposées par le Médiateur pour l'année 2008 est très limité. En 2008, il n'a pas fait de nouvelle proposition à formuler à l'exception du service Artesia<sup>26</sup>. Cependant, je ne m'attarderai que très peu sur cette recommandation puisque ce service n'existe plus depuis fin 2011. La problématique portant sur une mauvaise information est récurrente et malgré les efforts mis en œuvre par la SNCF, les difficultés émanant d'une mauvaise information ou d'un manque d'information lors d'un voyage, semblent diminuer difficilement.

Le code couleur utilisé pour le tableau reflète notre évaluation du traitement par la SNCF des recommandations du Médiateur :

- le vert correspond aux recommandations traitées ou devenues sans objet,
- le jaune correspond aux recommandations traitées partiellement,
- le rouge correspond aux recommandations non traitées à ce jour.

---

26 Relations France/Italie exploitées par SNCF et TRENITALIA

## Tableau des recommandations et du suivi par la SNCF sur trois ans :

	Recommandations	Suivi/application	Commentaires
2008	1- Service ARTESIA : mauvaises conditions de voyage (retards importants et confort précaire) + réponses très tardives, plusieurs mois d'attente pour avoir une réponse apportée par le service après-vente	Ce service a pris fin le 10 décembre 2011. Il n'existe plus. Il n'y a plus de partenariat entre la SNCF et TRENITALIA. Les services de nuit d'ARTESIA sont remplacés par les services de nuit THELLO.	Plus de litiges avec Artesia
	2- Rappel d'une recommandation des années précédentes qui est toujours d'actualité : mauvaise information donnée lors du voyage.	La SNCF s'engage à informer dans la garantie voyage, les voyageurs en temps et en heure, avant, pendant et après leur voyage des horaires et des conditions de circulation de leur train.	
	1- Renforcer l'information des clients au moment de la vente :		
	Systématiser la vérification des billets par les clients lors de l'achat en boutique ou en gare avec un cachet attestant de la vérification par le client des indications portées sur le titre de transport	Au moment de l'achat du billet, un récapitulatif oral est, en principe, effectué par le guichetier.	Des erreurs et des malentendus peuvent survenir., par exemple, une erreur de date.
	Expliciter la notion de place allouée selon disponibilité : conséquences possibles de l'achat d'une place en surréservation	Les informations ont été renforcées, notamment sur <a href="http://www.sncf.com/">http://www.sncf.com/</a> . La Garantie Voyage proposée par la SNCF depuis le 31 mars 2012 (pour les TGV, Intercités et trains internationaux) comprend la garantie place assise : si le voyageur est muni d'un titre de transport portant la mention « sans place attribuée » et que le trajet dépasse 1h30, le chef de bord aidera le voyageur à trouver une place assise. Sinon, il lui proposera un bon de réduction valable six mois.	
	Améliorer la visibilité des conditions de retrait des billets à l'étranger sur le site de voyages-SNCF.com : retraits en borne libre service seulement possible qu'en France ou au Luxembourg	Il y a une nette amélioration depuis 2009 sur VSC et VSC mobile. Lors de l'achat d'un billet, il est spécifié pour l'option « borne libre service » que le retrait ne peut se faire qu' « en gare de France et Luxembourg uniquement ». Cette recommandation est issue d'une demande de la FNAUT. Cependant, sur le fond, il reste une incohérence : on ne peut retirer les billets sur une borne libre service, en dehors de la France et du Luxembourg, alors que l'on peut les commander et les réserver, quelque soit l'endroit où l'on se trouve, notamment hors-sol français et luxembourgeois. Les conditions de retrait des billets ne sont pas encore assez visibles dans certains cas, comme lors de la réservation d'un train THALYS : ces informations ne sont accessibles que lorsque l'on clique sur + d'informations.	

2009	Harmoniser ou tout du moins mieux informer les clients des procédures d'acceptation des bagages à main dans les TGV et IDTGV : pour plus de 2 bagages, le voyageur doit se munir d'un supplément bagage.	Pour le TGV, dans les conditions générales de vente, il n'y a pas de limitations précises pour les bagages. En ce qui concerne l'IDTGV, les conditions générales de vente sont différentes. Un supplément bagage est obligatoire (pour plus de deux bagages). Cette information est mentionnée sur le billet lui-même, voir annexe.	
	<b>2-Faciliter les démarches du client lors des opérations d'après-vente :</b>		
	Simplifier les conditions d'annulation d'un voyage sur « ligne directe » : un récapitulatif exhaustif serait utile quand le voyageur a plusieurs billets avec des tarifs différents pour un seul voyage.	Le client peut détenir plusieurs billets avec des tarifs différents, correspondant à des dossiers spécifiques.	
	Clarifier les réponses de voyages-SNCF.com lors des annulations en ligne, notamment sur les conditions et les délais de remboursement des billets : le délai de 60 jours est non respecté par certains	Le délai de 60 jours est précisé lors des annulations en ligne. Cette information semble claire.	Le peu de litiges que nous avons à ce sujet est en majorité, dû à une négligence du voyageur.
	Garantir au client un accès facile aux conditions générales d'après-vente des abonnements TER (Suspension, annulation, remboursement...) : méconnaissance des règles qui devrait être plus claire pour le voyageur	Les réponses faites sont claires. Des sites spécifiques à chacune des régions ont été créés, indiquant précisément les conditions générales d'après-vente.	
	Mettre en évidence les avantages apportés par le dédommagement en Bon Voyage : est non nominatif. Les voyageurs peuvent en faire bénéficier la personne de leur choix.	Il n'est pas indiqué sur le Bon Voyage, ni même spécifié dans le courrier que le Bon Voyage est non nominatif. Par contre, il est indiqué dans le formulaire de demande de compensation, que les bons voyages sont non nominatifs et sont valables un an.	Nous avons souvent des appels ou courriers de personnes qui n'acceptent pas les Bons-Voyages et préféreraient un remboursement par virement. Ils n'ont pas forcément connaissance de ces informations là.
<b>3- Systématiser le constat d'état du véhicule sur Auto-train :</b> aucun constat du véhicule n'est effectué lors de l'embarquement ou déchargement- il faudrait la préconisation d'un document.	Un constat est dressé systématiquement avant l'embarquement comme indiqué dans le guide Auto-Train : <a href="#">Télécharger le guide Auto Train</a> ) à la page 14. Si le propriétaire du véhicule constate une avarie, il complète et signe un constat contradictoire d'avarie avec un agent d'accueil.		
<b>4- Instaurer un droit à l'erreur en matière d'infraction à la police des chemins de fer :</b> instauration d'un droit à l'erreur, à la condition que le voyageur présente à posteriori tous les justificatifs requis et qu'il n'y ait pas d'autre procès-verbal dressé à son encontre.	Il semblerait que la Médiation répond implicitement à cette recommandation. Elle permet un droit à l'erreur pour des litiges qui relèvent de la procédure pénale.	Les procès-verbaux constituent une grande partie des litiges.	
<b>1- Trajets mixtes : harmoniser la compensation en cas de retard :</b> demande d'harmoniser la compensation accordée dans les cas de trajets mixtes car retard ne s'applique que pour les TGV et non TER	Cette recommandation est une demande récurrente de la FNAUT : souhait que cette garantie s'applique lors d'un voyage TER + TGV. En cas d'un retard TER, il n'y a aucune compensation possible. Pour mettre en œuvre cette proposition, les Autorités Organisatrices des transports régionaux doivent accepter, de prendre en compte l'indemnisation du client quand le TER est en retard.	Incompréhension de la part des voyageurs. Beaucoup ne comprennent pas et n'en sont pas informés.	

2010	<p><b>2- Grèves : améliorer l'information des clients sur les possibilités d'utilisation des billets pour d'autres trains que ceux initialement prévus et sur les conditions d'échanges et de remboursement :</b> beaucoup ignorent qu'en cas de suppression de train, ils peuvent emprunter, munis de leur billet initial un autre train.</p>	<p>La FNAUT a demandé un éclaircissement de ces demandes par écrit. Avant, pendant la grève, ces informations étaient faites par annonce, fixées au cas par cas. Aujourd'hui, ces informations sont fixées et généralisées à l'écrit dans la garantie voyage, à l'intitulé garantie report/remboursement.</p>	
	<p><b>3- TGVAIR : demander aux agences de voyage de renforcer l'information des clients sur les modalités d'échanges des coupons de vol ou billets électroniques contre les billets TGV :</b> méconnaissance fréquente sur les modalités d'échanges des titres</p>	<p>C'est une demande récurrente de la FNAUT. Différentes actions ont été mises en place par les responsables du produit Partenariats Aériens TGVair. Seulement, il reste difficile de maîtriser avec certitude la bonne communication de l'usage du produit TGVair. Ces actions et la croissance du produit devraient permettre de favoriser sa notoriété et ses conditions d'usage à moyen terme.</p>	
	<p><b>4- Engagement Horaire Garanti : faire rajouter sur les enveloppes remises aux clients une mention les informant que la remise de ce document ne donne pas systématiquement droit à compensation :</b> les voyageurs ne comprennent pas toujours pourquoi lors d'une remise spontanée ils n'ont pas droit à la compensation</p>	<p><b>Dans le formulaire de demande de compensation mise en ligne et téléchargeable sur le site SNCF.com à la rubrique <u>Retard de votre train et Garantie Ponctualité</u>   <a href="http://aide.voyages-sncf.com">aide.voyages-sncf.com</a>, il est indiqué que toute demande de compensation ne donne pas lieu à une compensation.</b></p> <p>Il est mentionné sur l'enveloppe que son envoi ne donne pas systématiquement droit à une compensation. La garantie ponctualité informe qu'il est possible grâce à <a href="http://infolignes.com">infolignes.com</a>, à la rubrique « après votre arrivée », de connaître le motif du retard et ainsi identifier si l'Engagement Horaire Garanti est applicable.</p>	<p>Beaucoup de voyageurs ne comprennent effectivement pas pourquoi une enveloppe leur est remise alors qu'ils n'ont pas droit à la compensation.</p>

Si j'entreprends une comparaison entre les différentes années, il s'avère que sur la forme, les recommandations se différencient. J'émetts donc l'hypothèse qu'elles s'inscrivent dans un contexte évolutif. Tout d'abord, les demandes, les attentes et les besoins des voyageurs se modifient, changent, entraînant l'émergence de nouvelles problématiques ou de problématiques déjà existantes mais qui jusque là étaient tapies dans l'ombre et ne représentaient pas ou peu de difficulté pour le voyageur. De ce fait, la relation à la consommation et à la qualité de service se modifie, sous l'influence de nouvelles tendances sociétales, économiques et commerciales, contribuant à une exigence des voyageurs de plus en plus accrue. Par exemple, dans une société qui à l'heure actuelle, s'inscrit dans une logique de l'instantané, il est alors peu supportable pour un certain nombre de voyageurs de voir son train retardé. Nombreux sont les litiges concernant les retards de train. La SNCF doit alors adopter une attitude adaptative et réinterroger et réorganiser de ce fait, l'ensemble de son fonctionnement et de la qualité de service offerte aux voyageurs. La SNCF est dans une logique de dynamisme perpétuel, en lien avec les nouvelles technologies (évolution d'internet, smartphone...).

Seulement, sur le fond, la majorité de ces recommandations sont le résultat d'un manque d'information ou d'une non visibilité de l'information qui peut générer des difficultés manifestes et préjudiciables pour le voyageur et relèvent principalement de litiges commerciaux. Il est effectivement plus difficile pour le médiateur de rendre compte de difficultés émanant des infractions puisque ces dernières s'inscrivent dans une procédure pénale et que de ce fait, le médiateur ne peut aller contre cette procédure en elle-même. De plus, les infractions impliquent le travail de contrôleurs assermentés et il reviendrait à remettre en cause leur travail. C'est alors dans une perspective de clarification et de simplification que ces recommandations sont soumises à la SNCF.

Il est intéressant d'observer que la nature des recommandations émises par le Médiateur reflète le plus souvent des problèmes exprimés par les voyageurs au service juridique de la FNAUT. En effet, si je m'appuie sur les bilans annuels du service juridique, il est possible de retrouver des similitudes quant à la nature des réclamations et des demandes en terme d'amélioration qui peuvent être faites à la SNCF. Des actions sont menées après de la SNCF afin de rendre compte de certaines de ces difficultés.

Ces recommandations émises par le Médiateur s'inscrivent dans une démarche globalisante des litiges d'ordre individuel. Elles globalisent des litiges personnalisés. Il ne peut en effet, rendre à la SNCF des recommandations personnalisées et individualisées. Au regard de la nature des litiges qu'il a reçus et traités, il soulève et pointe des difficultés particulières et

récurrentes portant préjudice à une grande partie des voyageurs. En somme, l'ensemble des recommandations ont une visée générale dont le but est de contribuer à une amélioration de la qualité de service dans son ensemble. Il est intéressant de rendre compte que c'est la singularité des dossiers présentés au médiateur qui permet de mettre en exergue des dysfonctionnements, rendant possible d'éventuelles améliorations.

Il est évident que les recommandations proposées par le Médiateur épousent le caractère évolutif des attentes et des demandes des voyageurs mais également du dynamisme de l'entreprise.

Le tableau ci-dessous s'inscrit dans la continuité des recommandations données par le Médiateur les années précédentes. Mon but n'est évidemment pas de procéder à une évaluation et à une analyse du suivi des recommandations 2011 par la SNCF, étant donné que le rapport annuel a seulement été rendu public le 1 juin 2012. De ce fait, il me paraît intéressant de m'interroger sur l'ensemble des recommandations 2011, en donnant un « état des lieux » actuel et en envisageant des pistes de réflexion visant à mettre en pratique l'ensemble de ses recommandations.

## Analyse de la portée des recommandations 2011 du Médiateur de la SNCF :

	<b>Recommandations</b>	<b>Analyse/états des lieux</b>	<b>Litiges à l'échelle de la FNAUT</b>
<b>2011</b>	<p><b>1- Service bagages :</b> améliorer le service et la prise en charge des clients en cas de dysfonctionnement subi lors de la réalisation de la prestation Le Médiateur a régulièrement été confronté durant l'année 2011 à des demandes de remboursement de prestations bagages effectuées avec retard ou non exécutées.</p>	<p>Le service bagages est un « service TGV ». Les conditions sont disponibles sur le site voyages.sncf dans la colonne train et TGV et dans les conditions générales de vente de la SNCF.</p>	<p>Durant l'année 2011, des dossiers concernant le service bagages ont été transmis à la FNAUT, liés à des dysfonctionnements du service.</p>
	<p><b>2- Bon voyage :</b> améliorer la traçabilité des Bons Voyage Saisine régulière concernant la non réception de Bons voyage accordés par le service relation clients. Force est de constater que bien souvent le service SNCF émetteur des Bons est dans l'impossibilité de renseigner utilement le client, et donc la Médiation sur le type d'envoi (simple ou recommandé), mais également de communiquer la référence de l'envoi. Néanmoins, il refuse de réémettre les Bons.</p>	<p>Ce problème est récurrent.</p>	<p>Nous avons souvent des appels concernant la non réception de Bons voyage ; Quelque fois, à la suite de l'avis donné par le Médiateur, le voyageur peut revenir vers nous pour nous avvertir que les Bons voyage ne lui sont toujours pas parvenus.</p>
	<p><b>3- Tarif voyageurs :</b> améliorer la visibilité des Tarifs Voyageurs et leur exhaustivité Le Médiateur demande une amélioration quant aux conditions de remboursement des billets avec des chèques vacances et des conditions de transport de vélo à bord.</p>	<p>Les conditions générales de vente ne sont pas assez mises en valeur. Il est difficile pour le voyageur de les trouver. Par exemple, pour transporter un vélo, les conditions de vente ne sont indiquées que dans le guide d'information TGV. Elles ne sont pas indiquées dans les CGV, sauf si le vélo est considéré comme un bagage à main.</p>	
	<p><b>4- E-billet :</b> renforcer la communication sur les règles d'utilisation des e-billets et sanctions encourues S'il est en effet indispensable de lutter contre la fraude en matière d'utilisation e-billets, il est également constaté que de nombreux clients, manifestement de bonne foi, sont verbalisés au montant de l'indemnité forfaitaire maximale (128 euros) pour une simple erreur d'identité sur le e-billet.</p>	<p>Il faut renforcer l'information que les billets sont nominatifs. Il ne peut désigner que la personne qui est nommé sur le billet.</p>	<p>Il arrive également que les voyageurs croient que la confirmation de commande correspond au e-billet imprimé.</p>
	<p><b>5- Assurance-annulation :</b> modifier la procédure de contractualisation Lors d'un achat de billet sur le site de voyages sncf.com, la case de souscription de l'assurance optionnelle est préalablement cochée. Les clients assimilent pour refuser le contrat et non le souscrire. Il convient de laisser le choix au client.</p>	<p>L'interdiction des cases précochées sur internet était évoquée dans l'un des projets de la Directive du 25 octobre 2011 mais n'a pas été retenue dans la version finale. Cette assurance annulation concerne l'achat des billets Prem's et IDTgv sur internet.</p>	

### **2.2.3 Le suivi des recommandations du Médiateur et les effets du suivi sur la qualité de service**

Je viens d'observer, étudier et analyser les litiges et les recommandations proposées par le Médiateur chaque année. Le Médiateur répond individuellement à chacun des dossiers traités par un avis motivé et personnalisé et que par la suite, il émet des propositions d'ordre général exprimant des difficultés et des dysfonctionnements apparents dont le but est de permettre une amélioration possible de la qualité de service de la SNCF.

L'existence de ce rapport annuel offre la possibilité à la SNCF de prendre connaissance de difficultés résultant de leur fonctionnement, dont le but est de permettre une prise de conscience et d'aller à la recherche de solutions concrètes afin de rendre la qualité de service meilleur pour l'ensemble des voyageurs.

#### **2.2.3.1 Le pouvoir décisionnel de la SNCF sur les avis motivés donnés par le Médiateur**

Il faut noter que le Médiateur ne peut rendre et faire valoir une décision. Il ne dispose, effectivement pas, d'un pouvoir décisionnel sur les dossiers qu'il traite quotidiennement. Comme nous l'avons vu précédemment, le Médiateur statue en équité et en droit et agit en toute impartialité et indépendance. De ce fait, cette position ne lui permet pas d'engager sa responsabilité en donnant des décisions définitives aux voyageurs. Rappelons que le principe d'impartialité se définit par une absence de partie pris par rapport au voyageur et à la SNCF. Rappelons que le Médiateur prend en considération les deux parties et s'appuie de ce fait, sur les différents éléments qui lui sont soumis aussi bien par le voyageur que par les services SNCF. En effet, pour trouver une solution aux litiges dont il est saisi, il procède à l'ensemble des investigations nécessaires à la formulation d'un avis fondamentalement impartial et en équité qui a « *valeur de recommandation* » (Bernard CIEUTAT, 2006). Théoriquement, le Médiateur en réponse au voyageur, rend donc un avis motivé dans le respect du principe du contradictoire<sup>27</sup>, à l'issue d'une enquête minutieuse. L'avis suppose une prise de position qui demande à être acceptée par les deux parties alors que la décision implique l'idée de contraindre et d'imposer une solution aux parties. Il est important de retenir que le Médiateur propose une solution qui donne lieu à trois situations : premièrement, l'avis est accepté par les deux parties, correspondant à la majorité des cas, deuxièmement, s'il n'accepte pas l'avis du Médiateur, le réclamant peut demander une réexamination de son affaire et troisièmement, si

---

<sup>27</sup> Le Médiateur veille à ce que les parties aient la possibilité de faire connaître leur point de vue et de prendre connaissance de toutes les positions et de tous les faits avancés par l'autre partie.

le service concerné ne se range pas à l'avis du Médiateur, ce dernier doit expliquer et l'affaire remonte alors au Président de la SNCF (ce cas est extrêmement rare). Il est intéressant de se pencher sur le dernier cas. Effectivement, les correspondances d'avion manquées en cas de retard est un litige récurrent. De même qu'à la FNAUT, les demandes concernant ce type de litige est régulier et demandent à être étudiées de manière minutieuse. Il est vrai qu'à la FNAUT, 54 % des dossiers SNCF traités en 2011 concernent les retards de train et peuvent impliquer de ce fait, les correspondances manquées. Parallèlement, les saisines consécutives au retard et à leurs conséquences sur la suite du voyage représentent 27 % des litiges commerciaux, traités par le Médiateur en 2011, comme l'indique le Médiateur (B. CIEUTAT, entretien, 2011) :

*« J'ai pas mal de litiges concernant les tarifs (...) et les correspondances d'avion manquées en cas de retard de train. Alors là, je me heurtais à la SNCF qui ne voulait pas dédommager les voyageurs sauf en engageant l'Engagement Horaire Garanti, quand il s'appliquait c'est à dire qu'elle acceptait de dédommager les voyageurs en application de l'Engagement Horaire Garanti, uniquement pour le retard du train, sans prendre en considération la correspondance ratée en avion. Là, j'ai dû saisir le Président de la SNCF. »*

En effet, avec la garantie ponctualité (anciennement l'Engagement Horaire Garanti), la SNCF indemnise en fonction du retard et si ce retard incombe à la SNCF. Seulement, le retard n'est parfois pas sans conséquence puisque le voyageur ne peut demander le remboursement du billet d'avion non-utilisé (puisque le retard n'incombe pas à la compagnie aérienne), étant contraint de racheter un nouveau billet d'avion et engageant parfois des frais supplémentaires (nuit d'hôtel, taxi). Le Médiateur a accepté de dédommager le voyageur ayant manqué son avion, sous certaines conditions qui sont : qu'il ne soit pas assuré pour le retard, que le retard soit imputable à la SNCF et que le voyageur ait prévu un laps de temps suffisant. Un arrêt de la Cour de la cassation<sup>28</sup> a été rendu le 28 avril 2011 et a considérablement impacté sur le droit des voyageurs dans ce type de situation. Il énonce que la SNCF n'est tenue de rembourser que les préjudices prévus au contrat ou prévisibles, dans les cas où la destination du train est un aéroport. Ce qui limite le droit des voyageurs. Cependant, il est intéressant de voir que le Médiateur de par sa position impartial et en équité, peut se prononcer indépendamment de cet arrêt. Le Médiateur rend possible une certaine souplesse et un infléchissement de certaines positions prises par la SNCF, comme nous venons de le voir pour les correspondances d'avion manquées et ce, sans aucun pouvoir décisionnel.

En aucun cas, le Médiateur n'endosse le rôle d'un arbitre, l'arbitrage se définissant ainsi :

---

28 Arrêt n° 385 du 28 avril 2011 (10-15.056) , Cour de cassation , Première chambre civile

*« comme un processus formel par lequel les parties d'un commun accord acceptent de soumettre leur conflit à un tiers impartial, l'arbitre, qui aura pour mission de trancher celui-ci après les avoir entendues et étudié leurs arguments respectifs »* (BONAFE-SCHMITT, 2009, p.6). Il convient de souligner que le Médiateur ne peut trancher un litige contrairement à l'arbitre dont ses fonctions se caractérisent par le pouvoir de trancher un différend mais donne un avis. Cette prise de décision pourrait, effectivement, remettre en cause le principe même de la médiation qui consiste à se positionner comme un tiers qui par des échanges avec les deux parties vont tenter de trouver une solution à leur litige. Le Médiateur peut cependant faire évoluer la position de la SNCF et permettre d'assouplir les règles.

### **2.2.3.2 Les effets du suivi des recommandations par la SNCF**

Une des particularités de la médiation SNCF est de fournir des pistes de réflexion et d'amélioration du service dans une perspective d'évolution de la qualité de service. En effet, La médiation permet une certaine prise de conscience pour la SNCF et est en ce sens, un apport essentiel. Elle permet d'établir une souplesse au delà du cadre défini par la SNCF.

Les réponses apportées par la SNCF suite aux recommandations du Médiateur montrent l'attitude attentive de la SNCF aux voyageurs et aux difficultés qu'ils rencontrent. Il semble que ses propositions à la SNCF sont prises en compte. Par l'analyse des recommandations et notamment des tableaux, il a été intéressant de voir que sur les trois dernières années, la SNCF a répondu aux recommandations et a amélioré de ce fait, à la qualité de service. Nombreux sont parfois les acteurs qui interviennent et il peut être parfois difficile de répondre aux recommandations, comme c'est le cas pour les trajets mixtes, demande récurrente de la FNAUT et du Médiateur. (cette recommandation engage également les autorités organisatrices régionales).

C'est également dans une perspective stratégique que la médiation a été mise en place par la SNCF. La stratégie de la SNCF met l'accent sur la relation de l'entreprise avec ses clients, dans un contexte appelé à devenir plus concurrentiel, notamment face à l'ouverture à la concurrence. A l'heure actuelle, il n'y a que les relations internationales qui sont ouvertes à d'autres opérateurs que la SNCF. En ce qui concerne la France, l'officialisation de l'ouverture pour les relations ferroviaires internes à la concurrence n'est pas encore fixée.

# Conclusion

C'est à l'issue de ce stage que je peux émettre les constats suivants :

- la nécessité de l'existence d'associations de consommateurs et plus spécifiquement de la FNAUT : en effet, le service juridique de la FNAUT, spécialisé dans les transports publics, est indispensable pour faire valoir les droits des voyageurs. Je retiens que les voyageurs ont très peu de connaissance en matière des droits des voyageurs. Nous le savons nous-mêmes, lorsque nous retrouvons dans une situation litigieuse en rapport avec un quelconque domaine, il nous est relativement difficile de défendre nos droits, quand nous avons une connaissance limitée.
- la FNAUT est confrontée en permanence à des voyageurs mécontents ou démunis face à la situation litigieuse dans laquelle ils se retrouvent. En ce sens, elle ne perçoit et ne reçoit que les réclamations de voyageurs, qui pour la majorité sont empreints de sentiments négatifs. Cependant, il est important de souligner que l'ensemble de ces voyageurs représente une proportion relativement minime quant aux nombres d'usagers et de voyageurs utilisant les transports collectifs et aériens au quotidien. La prise de recul est alors nécessaire afin de ne pas biaiser la réalité. Moi-même, lors de la rédaction de ce mémoire, j'ai été confrontée à cette difficulté.
- En tant qu'usagère des transports en commun et cliente régulière de la SNCF depuis plusieurs années, je n'avais jamais pris conscience de la complexité du milieu des transports aussi bien en ce qui concerne la gestion des transports (aériens et ferroviaires) et du réseau que la multitude de litiges pouvant émaner d'une infinité. Il m'a été intéressant de comprendre le fonctionnement d'une entreprise telle que la SNCF au regard des actions diverses menées par la FNAUT, qui traduisent un fort dynamisme et investissement.

D'une manière générale, il ressort de ce mémoire que la médiation institutionnelle se caractérise par des spécificités qui lui sont propres et qui, de ce fait, implique qu'elle se détache de la médiation conventionnelle. Elle se manifeste en effet, par une rencontre indirecte entre les deux parties qui s'effectue principalement par un échange écrit. Contrairement à la médiation conventionnelle, elle ne pratique pas la médiation comme un

processus amenant les parties à trouver elles-mêmes leur solution, se définissant ainsi : *“La médiation, qu’elle soit judiciaire ou conventionnelle, est un processus structuré reposant sur la responsabilité et l’autonomie des participants qui, volontairement, avec l’aide d’un tiers neutre, impartial, indépendant et sans pouvoir décisionnel ou consultatif, favorise par des entretiens confidentiels, l’établissement et/ou le rétablissement des liens, la prévention, le règlement des conflits.”*(Directive 2008/52 du 21 mai 2008). Le rôle de la médiation institutionnelle s’apparenterait plutôt au modèle de l’*ombudsman* correspondant à *“une personne indépendante et objective qui enquête sur les plaintes des gens contre les organismes gouvernementaux et autres organisation, tant du secteur public que privé. Après un examen approfondi et impartial, il détermine si la plainte est fondée et formule des recommandations à l’intention de l’organisation afin de pouvoir régler le problème”*. (Forum canadien des ombudsman). Les médiateurs du secteur au public se rapprocheraient donc de l’ombudsman, de par leur position d’indépendance et d’impartialité vis-à-vis des consommateurs et des professionnels et d’autre part, de par leur action à émettre des recommandations visant à l’amélioration de qualité de service de l’entreprise.

La première partie de mon mémoire a porté spécifiquement sur la notion d’indépendance en tant que qualité primordiale dans la pratique du médiateur. A l’issue de cette étude, je soulèverai donc quelques points importants concernant la notion d’indépendance :

- s’affirmant et s’inscrivant dans un cadre de référence légitime, l’indépendance n’en reste pas moins paradoxale. Les textes préconisant l’indépendance comme un fondement essentiel de la pratique du médiateur, ne nous permettent pas d’établir une définition précise de ce que doit être l’indépendance. Malgré les efforts pour établir un code de déontologie commun à l’ensemble des médiateurs, il n’en subvient pas moins des incompatibilités et des contradictions comme nous avons pu l’observer au regard des trois médiateurs.

- le positionnement du médiateur en tant que tiers indépendant lui permet d’assurer et de garantir son impartialité et de statuer en équité et en droit, principes qui sont essentiels à la médiation.

- nous retiendrons également qu’il nécessaire pour la bonne pratique de la médiation institutionnelle que le médiateur soit totalement extérieur à l’entreprise afin de légitimer sa pratique au regard des voyageurs qui le saisissent et de l’inscrire dans une logique relationnelle et interactionnelle aussi bien avec le voyageur que l’entreprise. Seulement la question de l’indépendance suscite chez moi une réflexion : bien loin de remettre en cause le caractère indépendant du médiateur, le risque n’est-il pas à long terme d’avoir une

connaissance précise de l'entreprise et de ce fait, de faire naître des difficultés quant au positionnement du médiateur ?

Dans une seconde partie, l'analyse de la pratique et de l'activité du Médiateur de la SNCF révèle la nécessité de la mise en place d'une instance de médiation à la SNCF. La médiation prend sens justement par la relation qu'elle entretient avec les deux parties, privilégiée et fondée sur une écoute attentive et active et une étude particulière, qui ne peut qu'exister que par le positionnement du médiateur en tant que tiers impartial, statuant en équité en droit. Rappelons que l'intervention du médiateur ne s'impose pas et ne se substitue pas aux services clientèles : au contraire, elle s'inscrit en complémentarité de ces services.

La médiation SNCF répond pleinement à ses deux objectifs principaux qui sont :

- le traitement des dossiers à l'amiable en tant que deuxième voie de recours, après épuisement des voies de recours internes (Service Relation Clients et Centres de Recouvrement),
- l'élaboration de recommandations d'ordre général dans une perspective d'amélioration de la qualité de service. En corrélation avec la médiation SNCF, la FNAUT, dans une optique de défense des droits des voyageurs, contribue elle aussi à l'amélioration de la qualité de service, par la prise en charges de dossiers et en agissant et en exprimant des demandes précises relatives à des difficultés et des dysfonctionnements, auprès de la SNCF.

Au regard de l'analyse des recommandations et du suivi par la SNCF de ces recommandations, nous pouvons constater que le Médiateur de la SNCF influe en partie sur l'amélioration et l'évolution de la qualité de service de la SNCF. Ce mémoire démontre l'utilité et plus encore la nécessité pour une très grande entreprise telle que la SNCF d'accomplir des efforts importants pour satisfaire les voyageurs qu'elle transporte et leur offrir des services de qualité. Le développement de la médiation est loin d'être achevé et aussi bien les voyageurs que la SNCF, ils ne peuvent qu'encourager et contribuer à son développement. Sa mise en place depuis 1994 et les mesures prises par la SNCF (saisine directe et en ligne, transparence) depuis quelques années témoignent de l'efficacité de la médiation et de la volonté de faire évoluer et développer la pratique du Médiateur de la SNCF.

L'ouverture à la concurrence et l'arrivée de nouveaux opérateurs vont modifier le paysage du transport ferroviaire de passagers. Cette ouverture pose un certain nombre de questions relatives aux droits des voyageurs. Le droit des voyageurs est peu protecteur et relativement limité vis-à-vis des consommateurs : l'article 2 du règlement européen N°1371/2007 autorise les États membres à différer l'application des dispositions les plus

protectrices des droits des voyageurs, notamment celles relatives à l'indemnisation des retards. Parallèlement, l'ouverture à la concurrence peut être également un facteur d'amélioration de la qualité de service. En ce sens, les demandes et les attentes liées à la qualité de service des voyageurs sont très fortes, particulièrement en matière de ponctualité. Les retards rappelons-le, constituent une grande partie des litiges traités par le médiateur de la SNCF (soit 27 % en 2011). Face à l'ouverture à la concurrence, mon questionnement est le suivant : à long terme, comment envisager et appréhender la pratique du Médiateur de la SNCF ? Faut-il ouvrir le Médiateur à l'ensemble du secteur ferroviaire ?

Face aux exigences des voyageurs et à la concurrence, la question est plus que complexe. Une chose est sûre, l'avenir est peut-être incertain mais la médiation quant à elle, est l'avenir.

# Table des matières

Remerciements.....	2
Introduction.....	3
Première partie : L'indépendance en théorie et en pratique : sa construction, son rôle, son impact et ses limites .....	12
1.1 La notion d'indépendance : une caractéristique importante dans l'activité du Médiateur .....	13
1.1.1 Comment la notion d'indépendance s'inscrit-elle dans les textes relatifs à la médiation ?.....	14
1.1.1.1 Les textes européens relatifs à la médiation.....	15
1.1.1.1.1 Les recommandations européennes 98/257/CE du 30 mars 1998 et 2001/161 du 4 avril 2001.....	15
1.1.1.1.2 Le Code de Conduite.....	16
1.1.1.1.3 La directive 2008/52/CE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2008 .....	17
1.1.1.2 Les textes français relatifs à la médiation.....	18
1.1.1.2.1 Rapport et avis du CNC.....	18
1.1.1.2.2 Charte de la médiation de consommation.....	19
1.1.2 L'intérêt de l'indépendance dans la pratique du médiateur.....	19
1.1.2.1 L'impartialité : un principe intrinsèquement lié à la médiation.....	20
1.1.2.2 Le fondement de l'équité dans la pratique du médiateur.....	21
1.1.3 Les apports de l'indépendance dans la relation entre le médiateur et les voyageurs .....	22
1.2 L'indépendance en pratique : comment se construit-elle dans la pratique des médiateurs des services au public ?.....	23
1.2.1 Présentation sommaire des trois médiateurs .....	23
1.2.2 Le référencement de la Commission de la Médiation de la Consommation.....	24
1.2.3 Les limites de l'indépendance .....	25
Deuxième partie : Le rôle du Médiateur de la SNCF dans la qualité de service.....	27
2.1 La médiation : une solution pour le voyageur.....	28
2.1.1 L'antagonisme entreprise/ voyageur.....	28
2.1.1.1 La mobilité, un facteur essentiel dans le rapport SNCF/voyageur.....	28

2.1.1.2 L'émergence des « services consommation » dans les entreprises.....	30
2.1.2 La médiation : une logique communicative et relationnelle.....	34
2.1.3 Une solution aussi bien bénéfique pour le voyageur que pour la SNCF.....	36
2.2 Bilan général et résultats de l'activité du Médiateur de la SNCF.....	39
2.2.1 Analyse des litiges du Médiateur de la SNCF sur 4 ans.....	39
2.2.1.1 Les facteurs explicatifs de l'augmentation du nombre de litiges transmis au Médiateur durant les quatre dernières années.....	40
2.2.1.2 Les apports de la saisine directe et de la saisine en ligne.....	41
2.2.1.3 Les limites de la saisine directe aussi bien pour la FNAUT que pour le Médiateur.....	42
2.2.1.4 La nature des litiges : entre une médiation à caractère pénal et une médiation à caractère commercial.....	44
2.2.2 Analyse des recommandations du Médiateur de la SNCF.....	47
2.2.2.1 Définition de la qualité de service.....	47
2.2.2.2 Le positionnement impartial et indépendant du Médiateur de la SNCF.....	48
2.2.2.3 Les recommandations annuelles du Médiateur.....	50
2.2.3 Le suivi des recommandations du Médiateur et les effets du suivi sur la qualité de service.....	57
2.2.3.1 Le pouvoir décisionnel de la SNCF sur les avis motivés donnés par le Médiateur.....	57
2.2.3.2 Les effets du suivi des recommandations par la SNCF.....	59
Conclusion.....	60
Table des matières.....	64
Abréviations.....	66
Bibliographie.....	67
Annexes.....	70

# Abréviations

**Art.** : Article

**CETO** : Association de Tour-Opérateurs

**CGV** : Conditions Générales de Vente

**CMC** : Commission de la Médiation de la Consommation

**CNC** : Conseil National de la Consommation

**DGAC** : Direction Générale de l'Aviation Civile

**DGCRF** : Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes

**FNAM** : Fédération Nationale de l'Aviation Marchande

**FNAUT** : Fédération Nationale des Associations d'Usagers des Transports

**MEDEF** : Mouvement des entreprises de France

**MTV** : Médiation Voyage Tourisme

**RATP** : Régie Autonome des Transports Parisiens

**SNAV** : Organisation Nationale des Professionnels du Voyage

**SNCF** : Société Nationale des Chemins de Fer français

**TER** : Transport Express Régional

**TGV** : Train à Grande Vitesse

**UFC-Que Choisir** : Union Fédérale des Consommateurs

**UTP** : Union des Transports Publics

**VSC** : [www.voyages-sncf.com](http://www.voyages-sncf.com)

# Bibliographie

## Ouvrages

- BONAFE-SCHMITT Jean-Pierre, *Les médiations scolaires*, 2009
- JEANNOT Gilles, *Les usagers du service public*, PUF, coll. « Que sais-je ? », n°3359, Paris, 1998
- LASCOUX Jean-Louis, *Pratique de la Médiation*, ESF éditeur, Issy-les-Moulineaux, 2004
- GUILLAUME-HOFNUNG Michèle, *La médiation*, « Que sais-je », PUF, 2007
- SAINT EXUPERY Antoine (De), *Le Petit Prince*, Gallimard, 1943
- SIMMEL, *Le conflit*, circé, 1995

## Rapports annuels d'activité du Médiateur de la SNCF

- CIEUTAT Bernard, *Rapport annuel du Médiateur de la SNCF*, 2011
- CIEUTAT Bernard, *Rapport annuel du Médiateur de la SNCF*, 2010
- CIEUTAT Bernard, *Rapport annuel du Médiateur de la SNCF*, 2009
- CIEUTAT Bernard, *Rapport annuel du Médiateur de la SNCF*, 2008
- CIEUTAT Bernard, *Rapport annuel du Médiateur de la SNCF*, 1994

## Rapports annuels d'activité du Médiateur de RATP

- LABBE Philippe, *Rapport annuel du Médiateur de la RATP*, 2010
- LABBE Philippe, *Rapport annuel du Médiateur de la RATP*, 2009

## Reuves

- Les Grands Dossiers des Sciences Humaines, « *Consommer, comment la consommation a envahi nos vies* », n°22, mars-avril-mai 2011

## Études et mémoires

- BARRIGUE de MONTVALON Fanny, sous la Direction de Philippe CHARRIER, « *Le titre de transport : réflexion sur sa validité et la médiation des différends afférents* », Droit, Lyon 2, 2010
- DEBRINCAT Marc, LENOIR Jean, PENIGUEL Audrey et le réseau des FNAUT régionales, *Ouverture à la concurrence des transports ferroviaires et des droits des voyageurs : l'analyse de la FNAUT*, décembre 2011
- PENIGUEL Audrey, sous la Direction de Malo DEPINCE, « Les conséquences pour les droits des voyageurs ferroviaires de l'ouverture à la concurrence », Droit, Montpellier 1, 2011

## Sites internet

- Encyclopédie Universalis : [Encyclopédie Universalis http://www.universalis.fr/](http://www.universalis.fr/)
- Encyclopédie Wikimédiation : <http://fr.wikimédiation.org>
- Encyclopédie Wikipédia : <http://fr.wikipedia.org>
- Site du Centre Européen des Consommateurs : <http://www.europe-consommateurs.eu>
- Site du Club des Médiateurs du Service au Public : <http://www.clubdesmediateurs.fr>
- Site de la Commission de la Médiation de la Consommation : <http://www.mediation-conso.fr>
- Site de la FNAUT : [www.fnaut.org](http://www.fnaut.org)
- Site de la médiation Tourisme et Voyage : <http://mtv.travel>
- Site du Médiateur de la SNCF : <http://www.sncf.com/mediateur>
- Site de la RATP : <http://www.ratp.fr>
- Site des Sciences Humaines et Sociales : <http://www.scienceshumaines.com>
- Site de la SNCF : [www.sncf.com](http://www.sncf.com)
- Site de l'Union des Transports Publics et ferroviaires : [www.utp.fr](http://www.utp.fr)
- Site de vente en ligne de voyages de la SNCF : [www.voyages-sncf.com](http://www.voyages-sncf.com)

## Divers

- CMC, *Charte Médiation Consommation*, 27 septembre 2011

- Club des Médiateurs de Services au Public, *Charte des Médiateurs de Services au Public*, 1<sup>er</sup> mars 2011
- FNAUT, *Bilan d'activités*, 2011
- FNAUT, *Bilan d'activités*, 2010
- FNAUT, *Bilan d'activités*, 2009
- FNAUT, *Bilan d'activités*, 2008
- *Guide du partenariat entre les associations de consommateurs et le Club des Médiateurs du Service Public*
- Rapport MEDEF, *La satisfaction client*, décembre 2010
- SNCF, *La garantie Voyage*, 2012
- UTP, *Le livre blanc de l'UTP*, dossier de presse, 2011
- Protocole de Médiation entre les associations de consommateurs et la SNCF

## **Réunions et rendez-vous**

- Assemblée Générale de la FNAUT, le 14 avril 2012
- Entretien avec Bernard CIEUTAT, Médiateur de la SNCF, le 21 mai 2012
- Participation au bus d'or organisé par le Salon des Transports Publics, le 6 juin 2012
- Participation au Conseil Consultatif des Consommateurs, le 1er juin 2012
- Participation à la journée de formation proposée par la FNAUT : l'ouverture à la concurrence du secteur ferroviaire le 12 mai 2012
- Participation à la rencontre du Club des Médiateurs de Services au Public, le 22 mars 2012
- Rencontre avec Jean-Pierre TEYSSIER, Médiateur Tourisme et Voyage le 12 juin 2012
- Rencontre avec Nicole NOTAT, Médiatrice des nouveaux horaires en mars 2012
- Rencontre autour de la médiation en entreprise en mars 2012

# Annexes

Annexe 1 : Présentation de la FNAUT.....	71
Annexe 2 : Charte des Médiateurs des Services au Public.....	72
Annexe 3 : Charte de la Commission de la Médiation de la Consommation.....	73
Annexe 4 : Rapport annuel 2011 du Médiateur de la SNCF (inclut le Protocole de médiation entre les associations de consommateurs et la SNCF).....	74
Annexe 5 : Guide d'entretien.....	75
Annexe 6 : Retranscription de l'entretien avec le Médiateur de la SNCF.....	76

# **Annexe 1**



# La FNAUT représente et défend les usagers des transports



✓ 160 associations en France  
✓ 50 000 membres

## La FNAUT agit :

- auprès des entreprises de transport collectif
- auprès des autorités organisatrices de transports
- dans de nombreuses instances officielles
  
- Elle intervient auprès des médiateurs SNCF / RATP et des compagnies aériennes
  
- Elle mène des actions juridiques dans le domaine de la consommation et de l'environnement

Association de consommateur strictement indépendante, la FNAUT défend l'idée que chaque mode de transport doit rester dans son créneau de pertinence technique, économique et environnementale.

## Droit au transport public

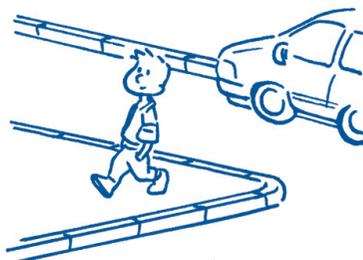


- Desserte de tout le territoire
- Capacité des véhicules, fréquences et horaires adaptés aux besoins
- Accessibilité aux personnes handicapées et à mobilité réduite
- Tarification équitable pour tous les publics
- Garantie de continuité du service

- ✓ Renforcer les réseaux de transports urbains, interurbains et départementaux
- ✓ Moderniser et étendre le réseau ferroviaire
- ✓ Développer tous les services voyageurs : TER, trains Corail, TGV
- ✓ Généraliser les matériels confortables et accessibles à tous
- ✓ Favoriser l'intermodalité (correspondances, tarification, information)

## Sécurité des déplacements

- Protection des piétons et des cyclistes
  - Maîtrise de la circulation routière
- ✓ Favoriser les trottoirs et les zones piétonnes
  - ✓ Développer les aménagements cyclables
  - ✓ Réduire les vitesses sur route et en agglomération
  - ✓ Introduire un code de la rue



## Sauvegarde de l'environnement et développement durable



- Réduction des nuisances locales (bruit, pollution de l'air) et des atteintes à la santé des riverains des grands axes routiers et des aéroports
  - Economie d'espace urbain, rural et naturel
  - Réduction des gaspillages d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre
  - Maîtrise de la mobilité des personnes et des marchandises
- ✓ Aménager l'espace urbain au profit des piétons, cyclistes, bus, tramways et autopartageurs
  - ✓ Enrayer l'étalement urbain
  - ✓ Arrêter la construction d'autoroutes et d'aéroports
  - ✓ Encourager le rail, la voie d'eau et le transport combiné pour les marchandises
  - ✓ Faire payer à chaque mode de transport ce qu'il coûte à la collectivité (accidents, nuisances, effet de serre)



Agissez avec nous  
et lisez FNAUT-Infos

### Je souhaite adhérer à la FNAUT

- individuels : 19 €
- associations : contactez notre siège

La FNAUT rassemble 160 associations réparties sur toute la France. Consultez notre site internet ou contactez notre siège national pour connaître la liste de nos associations.

Adhrez à la FNAUT si aucune association n'est présente à proximité de votre domicile.

### Je m'abonne à FNAUT-Infos (10 n°s par an)\*

- individuels : 16 €
- administrations, collectivités, entreprises, étranger : 30 €

\* Nos anciens numéros peuvent être commandés dans la limite des stocks disponibles : 1 numéro = 2 € / 4 numéros = 5 €.

Nom : \_\_\_\_\_

Prénom : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

CP : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_

Tél. : \_\_\_\_\_ Fax : \_\_\_\_\_

Courriel : \_\_\_\_\_

Ci-joint un chèque de \_\_\_\_\_ € à l'ordre de la FNAUT.

Paiement par chèque à l'ordre de la FNAUT.

**fnaut**  
transport - consommation - environnement

32 rue Raymond Losserand  
75014 Paris  
tél. : 01 43 35 02 83  
fax : 01 43 35 14 06

[contact@fnaut.fr](mailto:contact@fnaut.fr) - [www.fnaut.fr](http://www.fnaut.fr)

# **Annexe 2**

**LA CHARTE  
DES MEDIATEURS DU SERVICE PUBLIC**

Les signataires de cette charte sont des médiateurs des administrations, des entreprises, des institutions et collectivités en charge d'un service au public. Ils seront dans la suite du texte désignés par " les Médiateurs du service public ".

Ils ont en commun une conception du service aux citoyens, aux clients et aux usagers qui privilégie l'écoute, le dialogue et le règlement amiable des différends.

Les médiateurs du service public ont décidé de rédiger cette charte qui servira de cadre de référence à leur action, dans le respect des règles en vigueur pour chacun d'eux.

Ils font connaître largement auprès de leurs institutions et de leurs publics, en toute transparence, les valeurs qui sous-tendent leur action, leur rôle largement préventif, les garanties d'impartialité et d'efficacité attachées à leur statut et les procédures qu'ils s'engagent à respecter.

Les médiateurs du service public se rencontrent régulièrement afin d'échanger sur leurs expériences et leurs bonnes pratiques. Ce texte est le résultat de leurs réflexions et travaux.

### **“ Déclaration du Médiateur de la République ”**

Le Médiateur de la République est une Autorité Indépendante créée en 1973. Inamovible, irrévocable, à l'instar de ses collègues étrangers, il a vocation à faire des recommandations, notamment sur le fondement de l'équité, afin de régler à l'amiable les litiges survenant entre toute personne physique ou morale et tout organisme investi d'une mission de service public.

L'évolution de notre société, le souci de chaque service public d'améliorer ses relations avec ses usagers a conduit à la création des instances de médiation dans plusieurs secteurs d'activité.

Le Médiateur de la République et les médiateurs des différents services publics affirment leur volonté d'œuvrer de concert, afin d'accroître l'efficacité et la réactivité avec lesquelles il convient de répondre aux demandes de nos concitoyens.

Le Médiateur de la République approuve les principes de la présente Charte visant à préciser les bonnes pratiques de la médiation institutionnelle afin d'éviter la banalisation de ce terme.

# **PREAMBULE**

## La médiation institutionnelle

La médiation institutionnelle est un “ Mode alternatif de règlement des litiges ” Comme la médiation conventionnelle, elle peut être mise en œuvre pour tenter d’éviter une action en justice et pour régler des litiges spécifiques et individuels entre les personnes physiques ou morales et les institutions ou les entreprises : litiges de consommation, commerciaux, entre administrations et usagers, voire litiges de personnel.

Elle est gratuite, rapide, d’accès libre - direct ou indirect-, et intervient lorsque les autres recours internes sont épuisés.

Elle est mise en œuvre par des médiateurs à statuts variés mais partageant une déontologie et des valeurs communes faites d’écoute et de respect de l’autre.

## Les médiateurs institutionnels

De grandes institutions et entreprises françaises dont l’objectif est d’offrir une meilleure qualité d’écoute et de service au public ont pris l’initiative de mettre en place depuis les dix dernières années des médiateurs.

Ces médiateurs sont des personnes qui ont un rôle clé non seulement dans le règlement des différends entre l’institution et son public mais également un rôle préventif et catalyseur de changement au sein des institutions ou des entreprises.

C’est ainsi qu’ont été mis en place notamment les médiateurs de la Caisse des dépôts, d’Electricité de France, de l’Education nationale, de France 2, de France 3, de Gaz de France, de la Poste, de la Mairie de Paris, du Ministère de l’Economie, des Finances et de l’Industrie, de la RATP, du Service universel postal, de la SNCF, de la Fédération française des sociétés d’Assurance

Ces médiateurs facilitent le règlement des différends dans un esprit et avec les pratiques de la médiation : écoute et explication, équité, impartialité vis à vis de l’institution et de l’usager ou client, ré-instruction complète du litige, voire conduite de conciliation entre les parties.

Par leur positionnement, leur expérience, leur autorité, morale et professionnelle, et par l’indépendance dont ils disposent au sein de l’institution ces médiateurs sont amenés à aller plus loin que ne pourrait le faire préalablement un service consommateur, un service clientèle, un service de réclamations ou une instance d’appel interne.

Ils ont aussi une vision globale des problèmes détectés ce qui les aide à mieux cerner les dysfonctionnements de l’institution et leur permet de proposer des évolutions.

Les médiateurs institutionnels ont un rôle singulier : non seulement ils favorisent le règlement des différends entre les institutions et leurs publics mais ils contribuent également à les prévenir. Ce rôle préventif les distingue clairement des médiateurs conventionnels qui interviennent ponctuellement dans le règlement de conflits.

## **1. LE SERVICE AUX CITOYENS, AUX USAGERS et AUX CLIENTS**

La médiation est un nouveau mode de dialogue entre l'administration et les usagers (mais aussi parfois ses personnels) ainsi qu'entre les entreprises de service public et leurs clients. Elle est un lieu d'écoute de tous les partenaires de l'institution ou entreprise. Son objectif est l'amélioration de la qualité du service et de la satisfaction des usagers ou clients.

Les médiateurs du service public offrent aux usagers ou clients un service facilitant le règlement des différends :

- Personnalisé,
- Facile d'accès,
- Gratuit,
- Indifférencié quelle que soit l'importance financière du litige,
- Rapide,
- Efficace, notamment en raison de la bonne connaissance des institutions ou entreprises et des métiers : l'instruction des différends en est facilitée de même que l'identification des interlocuteurs et des dysfonctionnements à l'origine des problèmes.

Le rôle du médiateur va bien au-delà du règlement des différends ; il joue un rôle important qui le situe dans la boucle d'amélioration du service au client ou à l'utilisateur :

- Il propose des réformes de textes, procédures et pratiques allant dans le sens d'une amélioration du service rendu,
- Il sensibilise l'institution ou l'entreprise sur le traitement des réclamations et tout particulièrement les services clientèle ou consommateurs qui sont les partenaires essentiels des médiateurs,
- Il a un rôle pédagogique pour développer l'esprit de médiation et l'écoute du client ou de l'utilisateur,
- Il est attentif au respect des engagements pris par l'institution envers ses partenaires externes,
- Il est aussi un observatoire neutre par son écoute de tous les partenaires et par son rôle de détecteur des problématiques et des signaux faibles de l'institution.

La bonne connaissance de l'institution, de ses hommes et de ses pratiques ainsi que le positionnement dans l'institution ou l'entreprise permettent aux médiateurs institutionnels de jouer ce rôle préventif et créateur de lien.

La personnalisation de la fonction et son positionnement au cœur de l'institution permet au médiateur de réduire la distance entre un citoyen et l'institution, entre un client et une entreprise et de placer ainsi les parties sur un même plan afin d'établir un dialogue équilibré.

## **2. LES VALEURS ET LA DEONTOLOGIE**

Les médiateurs du service public veillent en tout premier lieu au respect des règles de droit et ils s'appuient sur les valeurs intrinsèques de la médiation :

- L'écoute équilibrée, disponible et attentive des parties : le médiateur fait de l'écoute un devoir,
- Le respect scrupuleux des personnes (usagers, citoyens, clients), de leurs opinions et positions,
- La volonté de faciliter la recherche de solutions amiables aux différends,
- L'équité : le médiateur peut émettre des recommandations en équité ; en effet si une règle ou une pratique peuvent être adaptées à la grande masse des utilisateurs, elles peuvent être insupportables pour un cas particulier,
- L'impartialité par rapport au plaignant, à l'entreprise, à l'administration,
- Le respect du principe du contradictoire : le médiateur veille à ce que les parties aient la possibilité de faire connaître leur point de vue et de prendre connaissance de toutes les positions et de tous les faits avancés par l'autre partie,
- La transparence de l'activité ; le médiateur a un devoir d'information sur son rôle, ses pratiques, son activité. Il l'exerce notamment au travers de son rapport annuel qu'il rend public. Ses recommandations d'ordre général ou voies de progrès sont rendues publiques,
- La confidentialité : le médiateur est tenu à la confidentialité en ce qui concerne le nom des parties, les informations obtenues lors de l'instruction du litige et les faits dont il a eu connaissance dans le cadre de sa fonction. Les exemples cités dans le rapport annuel doivent être présentés sous forme anonyme.

Les protocoles d'accord négociés entre les parties avec l'aide du médiateur ne peuvent être portés à la connaissance de tiers au différend sauf accord des parties.

### **3. LE POSITIONNEMENT DU MEDIATEUR**

Le statut particulier des médiateurs institutionnels est une garantie de leur impartialité dans le règlement des litiges.

***Ils sont indépendants par rapport aux structures de l'institution ou entreprise.***

Ils sont nommés ou désignés

- par le responsable de l'organisation en charge du service public ( Ministre, Président de l'entreprise, Elu, ) qui garantit leur indépendance de toute structure interne de l'institution ou entreprise,
- en " fonction de leur capacité, compétence et expérience ".

Ils ne sont pas révocables pendant la durée de leur mandat, cette durée étant suffisante pour assurer l'efficacité de leur action.

Ils ont les moyens nécessaires pour exercer leur action ( budget, pouvoirs notamment de proposer des solutions..)

Leur légitimité au sein de l'institution leur permet de proposer des solutions ou d'émettre des recommandations pour régler les litiges, de conduire des conciliations, de s'assurer que les solutions amiables retenues dans le cadre de la médiation sont bien mises en œuvre par l'institution ou l'entreprise.

Enfin leur positionnement doit leur permettre d'être en veille sur les actions entreprises au sein de l'institution en réponse aux recommandations d'ordre général ou aux actions de progrès proposées dans le rapport annuel du médiateur.

Ils rendent compte de leur activité selon les formes adaptées à l'activité :  
présentation aux associations de consommateurs concernées, publicité du rapport annuel .

## **4. LES GARANTIES DE PROCEDURE POUR LES DEMANDEURS**

### Saisine et recevabilité de la demande

- Le demandeur doit facilement avoir accès au médiateur soit en le saisissant directement soit via une association de consommateur.
- Le médiateur doit immédiatement informer le demandeur de la recevabilité de sa demande : demande irrecevable lorsque le litige est hors du champ de sa compétence et en principe si une action en justice ou en arbitrage est engagée ; demande prématurée lorsque les démarches préalables auprès des services concernés n'ont pas été effectuées. Dans ce dernier cas le médiateur réoriente immédiatement la demande vers le service concerné.

### Instruction du litige et médiation

- Les échanges entre le médiateur et les parties se font en principe par écrit mais le médiateur peut également souhaiter entendre et/ou recevoir personnellement les deux parties. Dans les litiges les plus complexes il peut proposer aux deux parties une réunion de conciliation avec l'appui si elles le désirent de leurs conseils juridiques,
- Les parties doivent fournir au médiateur tous les éléments d'information lui permettant d'instruire le litige,
- Si la complexité de l'affaire le rend nécessaire le médiateur peut faire appel à un expert y compris une institution de contrôle qu'il choisit librement compte tenu de ses compétences (commerciales, juridiques, techniques, ) dans le domaine d'activité concerné.

### Recommandations particulières du médiateur ou protocole d'accord

- La recommandation du médiateur doit aborder l'ensemble des questions exprimées par le demandeur et être motivée,
- Le médiateur s'emploie à rechercher une solution qui convient aux deux parties,
- Le demandeur doit être informé des délais de prescription spécifiques au domaine en cause afin de ne pas perdre ses droits d'ester en justice,
- La saisine du médiateur d'entreprise peut dans certains cas suspendre temporairement les délais de recours internes, ce qui est exclu pour les conflits avec une collectivité,
- La recommandation particulière du médiateur ou le protocole d'accord sont confidentiels ; les parties ne peuvent pas, sauf accord entre elles, les produire dans le cadre d'une action en justice ou en arbitrage,
- le médiateur suit de façon appropriée la mise en œuvre de sa recommandation ou l'exécution du protocole d'accord par l'institution ou l'entreprise.

**LISTE DES MEDIATEURS DU SERVICE PUBLIC  
SIGNATAIRES DE LA CHARTE**

<b>CAISSE DES DEPOTS ET CONSIGNATIONS</b>	<b>Antoine COUTIERE</b>
<b>EDF</b>	<b>Noëlle BORDINAT</b>
<b>EDUCATION NATIONALE</b>	<b>Jacky SIMON</b>
<b>FEDERATION FRANCAISE DES SOCIETES D'ASSURANCES</b>	<b>Francis FRIZON</b>
<b>FRANCE 2</b>	<b>Jean Claude ALLANIC</b>
<b>FRANCE 3</b>	<b>Marie-Laure AUGRY</b>
<b>GAZ DE FRANCE</b>	<b>Michel PRZYDROZNY</b>
<b>LA POSTE</b>	<b>Pierre SEGURA</b>
<b>MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE</b>	<b>Emmanuel CONSTANS</b>
<b>RATP</b>	<b>Cyrille de LA FAYE</b>
<b>SERVICE UNIVERSEL POSTAL</b>	<b>Yann PETEL</b>
<b>SNCF</b>	<b>Bertrand LABRUSSE</b>
<b>VILLE DE PARIS</b>	<b>Frédérique CALANDRA</b>

# **LES MEDIATEURS DU SERVICE PUBLIC**

## **CONTACTS**

**CAISSE DES DEPOTS  
Antoine COUTIERE  
56, rue de Lille - 75007 Paris**

**EDF  
Noël BORDINAT  
75 tsa 75804 Paris cedex 08**

**EDUCATION NATIONALE  
Jacky SIMON  
4, rue Danton – 75006 Paris  
110, rue de Grenelle – 75357 Paris 07 SP**

**FFSA (Fédération Française des Sociétés d'Assurance)  
Francis FRIZON  
BP 290 – 75425 Paris cedex 09**

**FRANCE 2  
Jean Claude ALLANIC  
Maison de France Télévision  
7, esplanade Henri de France – 75907 Paris cedex 15**

**FRANCE 3  
Marie-Laure AUGRY  
Maison de France Télévision  
7, esplanade Henri de France – 75907 Paris cedex 15**

**GAZ DE France  
Michel PRZYDROZNY  
Médiateur Gaz de France**

**LA POSTE  
Pierre SEGURA**

**MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE  
Emmanuel CONSTANS  
Télédoc 215 – 75572 Paris cedex 12**

**RATP  
54, quai de la Rapée – Lac A9A – 75599 Paris cedex 12**

**SERVICE UNIVERSEL POSTAL  
Yann PETEL  
Médiasup – Tour Gamma A – 75572 Paris cedex 12**

**SNCF  
Bertrand LABRUSSE  
41, rue de Londres – 75008 Paris**

**VILLE DE PARIS  
Frédérique CALANDRA  
9, Place de l'Hôtel de Ville – 75004 Paris**

# **Annexe 3**



## CHARTRE MEDIATION CONSOMMATION

### *PREAMBULE*

*Créée par la loi n°2010-737 du 1er juillet 2010, la **Commission de la Médiation de la Consommation (CMC)** est chargée d'émettre des avis et de proposer des mesures de toute nature pour évaluer, améliorer et diffuser les bonnes pratiques de médiation non judiciaire en matière de consommation.*

*La Commission de la Médiation de la Consommation est une instance indépendante, composée d'un(e) président(e), de cinq représentants des consommateurs, de cinq représentants des professionnels et de deux personnalités qualifiées.*

*Cette commission n'a pas vocation à traiter des dossiers de médiation mais à participer activement au développement d'une médiation de qualité en matière de consommation.*

*Lors de l'installation de la Commission le 20 octobre 2010, le secrétaire d'État en charge de la Consommation lui a notamment donné pour mission d'élaborer une charte des bonnes pratiques de la médiation. L'objet de cette charte est d'établir les principes et les règles à respecter par les médiateurs ainsi que par les entreprises, secteurs et administrations qui mettent en œuvre un dispositif de médiation.*

*La présente charte s'inscrit dans le cadre de la directive européenne 2008/52/CE du 21 mai 2008 « sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale ».*

*Elle servira de socle à l'évaluation par la Commission des pratiques des différents médiateurs.*

### **ARTICLE 1 - DEFINITION DE LA MEDIATION CONSOMMATION**

La médiation de la consommation est un processus structuré dans lequel le médiateur a pour mission de faciliter la résolution d'un différend entre deux parties dont l'une est un professionnel et l'autre un consommateur, personne physique intervenant en dehors de son activité professionnelle. La médiation est menée par le médiateur avec impartialité, compétence et efficacité.

La médiation est un processus librement accepté par les parties. Ces dernières sont et restent libres d'interrompre, poursuivre, conclure ou non, la médiation qu'elles ont entreprise. La médiation impose aux parties une obligation de loyauté se caractérisant par une volonté de collaborer entre elles et de satisfaire aux demandes d'informations du médiateur.

**Le recours à la médiation est gratuit pour le consommateur.**

La médiation est un processus confidentiel sauf si les parties en conviennent autrement.



## ARTICLE 2- LA COMMISSION DE LA MEDIATION DE LA CONSOMMATION (CMC)

### La CMC est chargée d'évaluer les bonnes pratiques de médiation.

Dans ce cadre, la CMC est saisie ou se saisit pour avis de tout nouveau projet de charte de médiation afin de s'assurer que les conditions de sa mise en place et de son fonctionnement sont conformes à la présente charte. La CMC procède à la même évaluation en ce qui concerne les médiations de la consommation existantes. A la suite de cette évaluation, la CMC invite le médiateur à adhérer à la présente charte. Il figurera alors en qualité de médiateur signataire de la présente charte sur le site de la CMC : [www.mediation-conso.fr](http://www.mediation-conso.fr)

Le médiateur pourra faire mention de ce référencement en indiquant « Médiation reconnue par la Commission de la Médiation de la Consommation (CMC) ».

Un consommateur pourra informer la CMC de la mauvaise application par tout médiateur référencé des dispositions de la présente charte. La CMC pourra retirer de son site tout médiateur ayant des pratiques ou un fonctionnement non conformes à la présente charte.

## ARTICLE 3 - LE MEDIATEUR

### Article 3.1 - Garanties d'impartialité et d'indépendance

Le médiateur doit présenter les garanties nécessaires d'impartialité et d'indépendance dans l'exercice de ses fonctions. Il doit également bénéficier de la confiance des parties. A cet effet, il est prévu les règles suivantes :

- Un avis consultatif des associations de consommateurs agréées peut être sollicité pour sa nomination.
- Dans le cas d'une médiation d'entreprise, sa nomination ainsi que son rattachement se font au plus haut niveau.
- Lors de sa nomination, le médiateur s'engage à signaler toute incompatibilité ou tout conflit d'intérêt pouvant survenir au cours de son mandat.
- Le mandat du médiateur a une durée déterminée qui doit être suffisante de manière à assurer une stabilité et une continuité dans les affaires traitées : une durée de trois ans minimum, renouvelable dans les mêmes formes que celles de la nomination, est appropriée.
- Un médiateur ne peut être révoqué pendant la durée de son mandat, sauf pour des motifs légitimes. Il ne peut cumuler sa fonction de médiation avec toute autre fonction au sein de l'entreprise ou du secteur.
- Le médiateur doit disposer de moyens de fonctionnement en propre, notamment d'un budget autonome et d'une équipe dédiée appropriés à ses besoins. Son champ de compétence doit être le plus large possible.
- Le médiateur est une personne identifiée. Lorsqu'il existe une instance de médiation, cette instance est représentée par son président.



### **Article 3.2 - Garanties de compétence et d'efficacité**

Le médiateur est choisi pour ses qualités humaines et sa compétence. Le médiateur justifie, selon le cas, d'une formation ou d'une expérience adaptée à la pratique de la médiation de la consommation. Il s'engage à actualiser régulièrement ses connaissances.

Une formation juridique ou spécifique au domaine n'est pas indispensable mais le médiateur doit pouvoir faire appel en cas de besoin à une assistance juridique ou technique.

## **ARTICLE 4 - PROCESSUS DE MEDIATION**

### **Article 4.1 - Information et communication**

L'entreprise disposant de son propre médiateur ou les entreprises ayant recours à un médiateur sectoriel informent les consommateurs de façon appropriée sur l'existence du médiateur, son rôle, son champ de compétence, la gratuité de la procédure, les modalités de saisine et la possibilité pour le consommateur de se faire assister par toute personne de son choix.

Tout document contractuel approprié entre le professionnel et le consommateur doit mentionner les coordonnées du médiateur.

L'information sur le médiateur est communiquée notamment via les sites internet des entreprises ou secteurs concernés et doit être facilement accessible.

La possibilité de s'adresser au médiateur, avec ses coordonnées et ses modalités de saisine, est indiquée lors de la réponse négative du dernier niveau de recours interne.

La communication sur le médiateur ne doit jamais être utilisée à des fins publicitaires.

### **Article 4.2 - Saisine**

Le médiateur ne peut être saisi qu'après épuisement des recours du consommateur auprès des services chargés de la clientèle ou, en l'absence de réponse de ces services, dans un délai prévu qui ne peut être supérieur à 2 mois.

L'existence d'un service client/service consommateur adapté et de qualité est essentielle au bon fonctionnement de la médiation mais ne peut se confondre avec cette dernière.

La saisine du médiateur doit être faite par écrit et transmise par courrier, courriel, ou fax. Toute demande de médiation donne lieu à un accusé de réception.

Il est recommandé que le médiateur réoriente au bon niveau de réclamation le dossier qui lui a été adressé prématurément.

S'il se déclare incompétent, le médiateur doit informer le consommateur par écrit.

En cas de pluralité de systèmes de médiation, le consommateur est libre de saisir le médiateur de son choix.



### **Article 4.3 Déroulement**

La date de l'accusé de réception de la demande de médiation, dès lors que celle-ci est recevable, constitue le point de départ de la médiation.

Chaque partie doit pouvoir faire entendre son point de vue.

Le médiateur et les parties sont tenus à la confidentialité en ce qui concerne le nom des parties, les informations obtenues lors de l'instruction du litige et les faits dont ils ont eu connaissance dans le cadre de la médiation.

#### **Le médiateur rend ses avis en droit et en équité.**

Il informe par écrit les parties du résultat de sa médiation. Sa réponse doit être claire et facilement compréhensible. A cette date, le délai de prescription recommence à courir.

Les parties sont libres d'accepter ou non la proposition de solution du médiateur. Toutefois, le refus par une entreprise de suivre l'avis du médiateur doit être motivé puis transmis au consommateur et au médiateur.

La fin de la procédure de médiation peut-être constatée, à la demande des parties, dans un protocole écrit qui constate les points d'accord que les personnes ont décidé d'y faire apparaître.

Ce protocole d'accord peut faire l'objet d'une homologation par un juge dans les conditions prévues par le Code de procédure civile.

Si l'avis a été accepté par les parties, le médiateur a vocation à être informé par ces dernières d'éventuelles difficultés dans la mise en œuvre de cet avis.

### **Article 4.4 Durée**

La durée d'une médiation est normalement de deux mois au maximum à compter de la date de l'accusé réception de la demande de médiation recevable. En cas de litige complexe, la médiation peut être prolongée une fois, pour une même durée, à la demande du médiateur.

### **Article 4.5 Liberté de la médiation**

Chaque partie conserve la faculté d'interrompre la médiation à tout moment. Pour les consommateurs, le recours à la médiation de la consommation ne saurait, en aucun cas, constituer une condition préalable à un recours en justice.



## ARTICLE 5 - RAPPORT ANNUEL PUBLIC ET PROPOSITIONS DU MEDIATEUR

Chaque médiateur établit un rapport annuel qui est rendu public et transmis à la CMC pour information.

Ce rapport comprend notamment une analyse des saisines (nombre total, nombre de saisines rejetées, nombre d'avis favorables au professionnel ou au consommateur, ...) et un récapitulatif des principaux litiges traités dans l'année. Il inclut également la charte dans le cadre de laquelle le médiateur exerce ses fonctions, son parcours professionnel ainsi que des moyens dont il dispose pour accomplir ses missions.

En outre, à partir du traitement des dossiers individuels, le médiateur peut formuler des propositions d'amélioration afin de prévenir le renouvellement de certains litiges répétitifs ou significatifs et contribuer à améliorer la qualité de service des secteurs concernés.

Ces recommandations générales, dont il suit la mise en œuvre, sont incluses dans le rapport annuel du médiateur.

***Les principes et règles définis dans le présent document doivent être repris dans chacune des chartes instituant un médiateur de la consommation.***

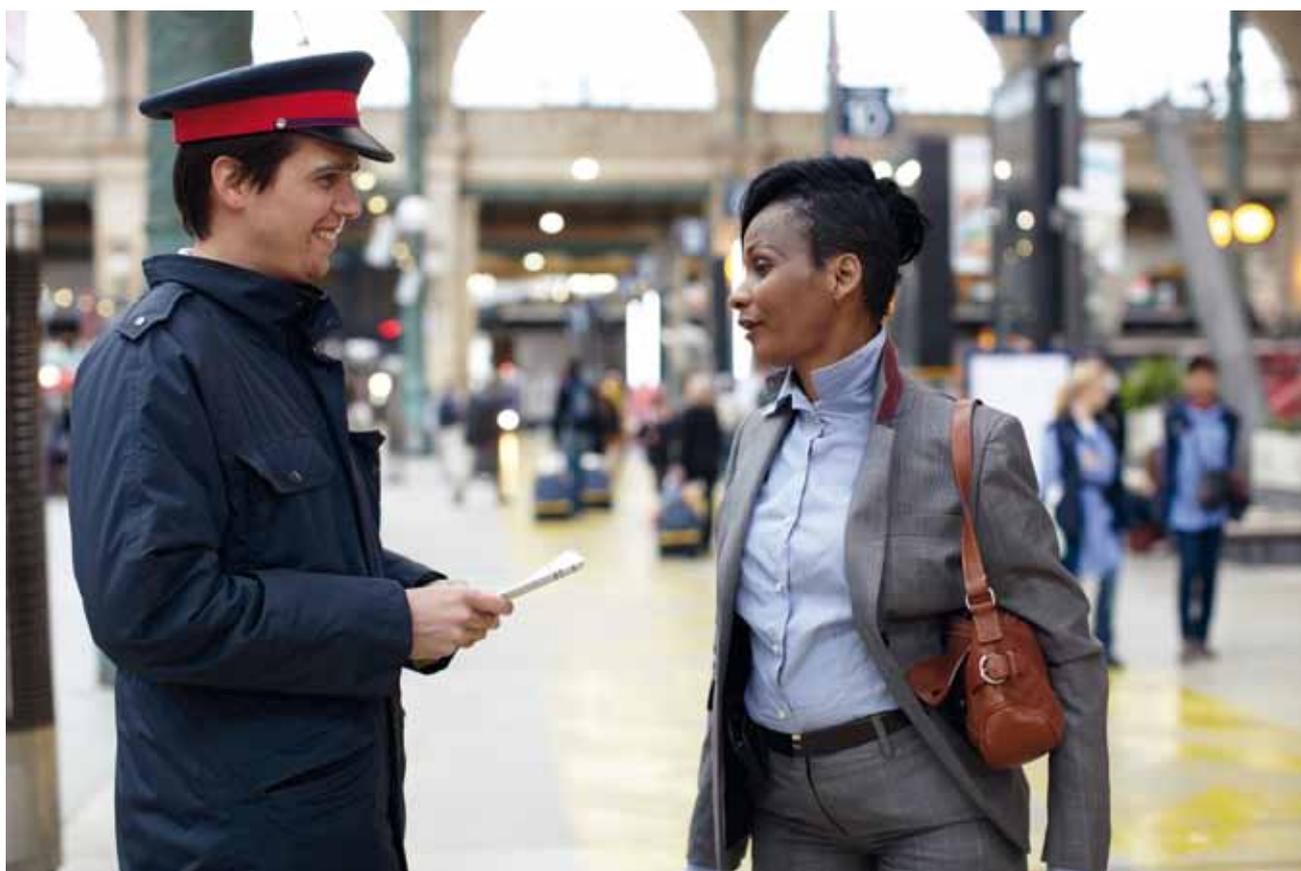
La présente charte se réfère notamment aux textes suivants :

- Articles L534-7, R534-11 et R534-12 du Code de la Consommation
- Recommandation européenne n°98/257/CE du 30 mars 1998 concernant les principes applicables aux organes responsables pour la résolution des litiges de consommation (J.O.C.E. L.115 du 17 avril 1998)
- Recommandation européenne n°2001/310/CE du 4 avril 2001 relative aux principes applicables aux organes extrajudiciaires chargés de la résolution consensuelle des litiges de consommation (J.O.C.E. L.109 du 19 avril 2001).
- Directive européenne 2008/52/CE du 21 mai 2008 sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale
- Avis du Conseil National de la Consommation (CNC) du 6 juillet 2004, relatif à la médiation dans le domaine de la consommation (BOCCRF du 1er mars 2005).
- Avis du CNC du 27 mars 2007, relatif à la médiation dans le domaine de la consommation et aux modes alternatifs de règlement des litiges
- Charte des médiateurs de services au public
- Rapport du Conseil d'Etat du 20 juillet 2010 « Développer la médiation dans le cadre de l'Union européenne »

# **Annexe 4**

# MÉDIATION SNCF

RAPPORT ANNUEL 2011





## LE MÉDIATEUR DE SNCF

L'institution du Médiateur de SNCF permet aux voyageurs, depuis 1994, de demander un deuxième avis sur leurs réclamations.

Nommé par le Président de SNCF, le Médiateur est une personnalité indépendante. Un ancien magistrat de la Cour des comptes, Bernard Cieutat, nommé pour 3 ans en 2009, vient d'être renouvelé pour 3 ans dans cette fonction. Il examine les dossiers dont il est saisi dans un esprit d'équité et d'impartialité, selon un protocole signé avec les associations de protection des consommateurs.

## DEPUIS SEPTEMBRE 2011, LE MÉDIATEUR PEUT ÊTRE SAISI EN LIGNE SUR LE SITE SNCF.COM

En 2011, le Président de SNCF, Guillaume Pepy, a décidé de faciliter encore l'accès au Médiateur en offrant aux clients la possibilité de le saisir en ligne sur le site sncf.com.

C'est chose faite depuis le 26 septembre 2011.

L'information a été largement diffusée auprès des voyageurs, tant par SNCF que par les médias.

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2011, les saisines en ligne ont représenté 29 % du nombre total des saisines du Médiateur SNCF, ce qui tend à démontrer que cette nouvelle possibilité offerte aux clients SNCF correspond à une véritable demande.

## AUGMENTATION DE 16 % DU NOMBRE DE SAISINES EN 2011

Sur l'année 2011, le nombre total de réclamations adressées au Médiateur est de 4339. Depuis que les voyageurs peuvent saisir directement le Médiateur SNCF (2009), ce nombre est en constante augmentation : 2485 en 2009, 3731 en 2010 et 4339 en 2011 (+16%).

Une meilleure connaissance de la Médiation, notamment par l'insertion sur toutes les pochettes à billets des coordonnées et modalités de saisine du Médiateur, ainsi que l'ouverture de la saisine en ligne depuis le 26 septembre 2011 expliquent cette hausse du nombre de dossiers.

Cette augmentation est essentiellement le fait des particuliers : 2066 saisines en 2009, 3408 en 2010 et 4101 en 2011, soit 95% du volume total des réclamations. Le nombre de dossiers transmis par les associations de consommateurs et le Défenseur des droits a, dans le même temps, légèrement diminué.



## LE TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS PAR LE MÉDIATEUR EN 2011

En 2011, le Médiateur a donné son avis sur 71% des réclamations dont il a été saisi, soit 3081 dossiers. Ce résultat est en hausse. Il traduit la meilleure connaissance des clients des conditions de saisine du Médiateur.

Pour mémoire, en 2010, le Médiateur avait donné son avis sur 66 % de dossiers dont il avait été saisi.

Le nombre de dossiers hors de la compétence du Médiateur ou résolus avant sa saisine a donc sensiblement diminué en 2011.

Ainsi, dans 20% des cas, les dossiers reçus n'étaient pas de sa compétence. Il s'agit :

- soit de dossiers qui n'ont pas été transmis préalablement aux services après-vente (9 % des cas),
- soit de réclamations qui ne relèvent pas de la compétence du Médiateur : accidents de personne, usurpations d'identité, activités de SNCF en tant qu'agence de voyages, affaires faisant l'objet d'une procédure judiciaire... (11 % des cas).

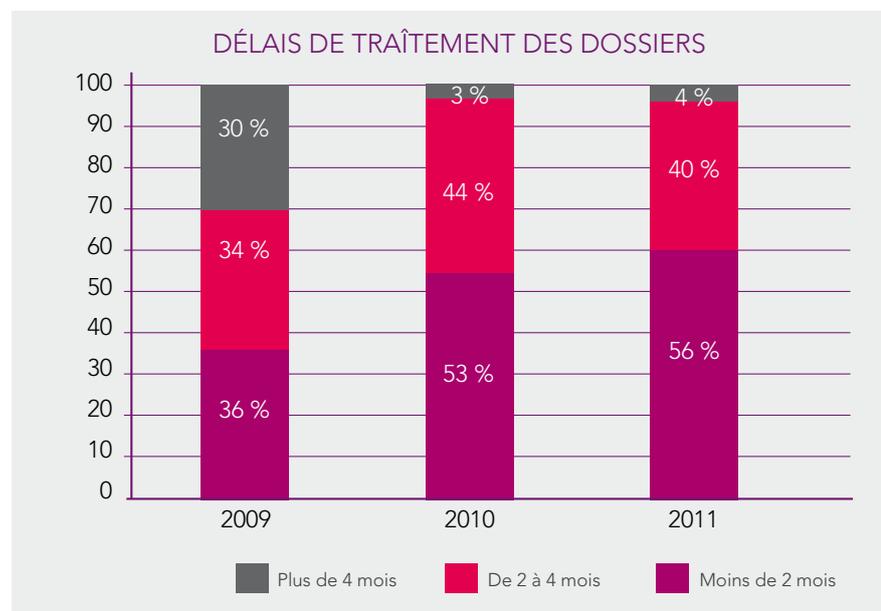
Ces chiffres sont quasi identiques qu'il s'agisse de dossiers reçus par courrier postal ou directement sur internet. La seule différence porte sur le pourcentage de dossiers hors procédure, légèrement plus faible pour les saisines sur internet (7%) en raison de l'accompagnement du client durant la procédure de dépôt de la demande qui permet d'éviter au client de déposer une demande non recevable.

Enfin, dans 9% des cas, le Médiateur a constaté, après avoir été saisi, que client avait entre-temps obtenu satisfaction des services après-vente. Le protocole sur la Médiation prévoit en effet que les clients peuvent saisir le Médiateur s'ils n'ont pas reçu de réponse du service compétent au bout d'un mois.

Cette répartition est stable au regard des années précédentes.

## RÉDUCTION DES DÉLAIS DE TRAITEMENT DES DOSSIERS

En 2011, le délai moyen de traitement des dossiers est de 58 jours. Il a donc diminué en dépit de l'augmentation sensible du nombre de dossiers dont le Médiateur a été saisi. Pour mémoire, il était de 59 jours en 2010.



### DÉLAI MOYEN DE TRAITEMENT

En 2009 : 81 jours

En 2010 : 59 jours

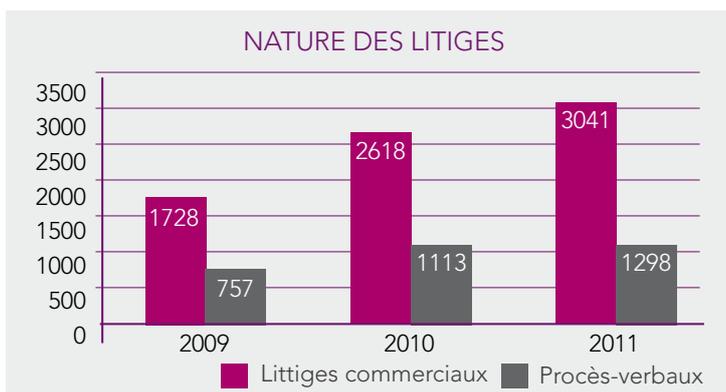
En 2011 : 58 jours

En 2011, 56 % des clients ont reçu un avis en moins de 2 mois, 40% en moins de 4 mois et 4 % en plus de 4 mois (dossiers nécessitant une enquête plus longue).

## LA NATURE DES LITIGES EXAMINÉS PAR LE MÉDIATEUR

Comme les années précédentes, 70% des réclamations transmises au Médiateur concernent des problématiques commerciales et 30% des contraventions à la police des chemins de fer, c'est-à-dire des procès-verbaux.

Pour les saisines en ligne, ces chiffres diffèrent quelque peu. En effet, 77 % des demandes en ligne ont trait à des problématiques commerciales, et 23 % des infractions à la police des chemins de fer.



## LES RÉCLAMATIONS COMMERCIALES

La nature des litiges commerciaux est toujours très diverse.

Les demandes de remboursement de billets ne résultant pas de l'engagement horaire garanti (EHG) représentent, à elles seules, 31% des réclamations commerciales. Ces saisines concernent des demandes de remboursement de billets inutilisés car perdus ou volés. Il peut également s'agir d'erreurs d'utilisation des billets.

Les saisines consécutives aux retards et à leurs conséquences sur la suite du voyage du client représentent 27% des litiges commerciaux en 2011. Pour mémoire, elles représentaient 24 % des litiges commerciaux en 2010.

On constate également une augmentation des saisines relatives aux régularisations faites à bord par les agents contrôle qui passent de 6% en 2010 à 10% en 2011.

De même, 6% des demandes ont trait à des conditions de voyage difficiles, alors qu'elles représentaient 4% des demandes en 2010.

Enfin, 4 % des saisines commerciales 2011 sont des demandes de remboursement d'abonnements.

## LITIGES COMMERCIAUX

Engagement horaire garanti	27%
Qualité (conditions de voyage..)	16%
Demandes de remboursements non induites par l'EHG (billets non utilisés, erreurs de tarifs, bon voyage...)	57%

## LES INFRACTIONS À LA POLICE DES CHEMINS DE FER

La part des infractions à la police des chemins de fer sur l'ensemble des litiges soumis au Médiateur est stable. Elle représente 30 % des saisines en 2011.

96 % de ces saisines ont trait à des infractions tarifaires, 4% à des infractions de comportement (usage intempestif du signal d'alarme, violation de l'interdiction de fumer...).

Les contestations relatives aux infractions tarifaires concernent en premier lieu les voyages sans titre de transport (55%). Il s'agit notamment de clients qui ont voyagé sans titre de transport alors qu'ils en avaient acheté un (billet perdu, volé, problème d'impression, oubli d'abonnement...).

Le second motif de saisine en la matière concerne, cette année encore, les réductions non justifiées (19%).

Infractions tarifaires	96%
Infractions de comportement	4%

### TYPOLOGIE INFRACTIONS

Absence de titre de transport	55%
Réduction non justifiée	19%
Billet non composté	6%
Réservation non valable	4%
Autres infractions (allongement de parcours, surclassement, signal d'alarme...)	12%
Infractions de comportement (traversée irrégulière, signal d'alarme, souillure...)	4%

### LES AVIS DU MÉDIATEUR : 1 CLIENT SUR 2 OBTIENT SATISFACTION

Pour trouver une solution équitable et impartiale aux litiges dont il est saisi, le Médiateur procède à l'ensemble des investigations nécessaires à la formulation de ses avis. En 2011, il a émis 3081 avis.

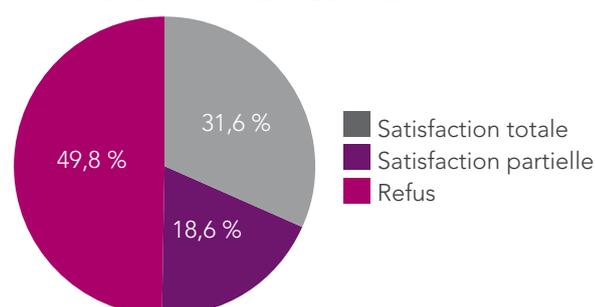
Avis sur litiges commerciaux	2212
Avis sur PV	869
<b>Total avis rendus</b>	<b>3081</b>

En 2011, les préconisations du Médiateur ont été favorables ou partiellement favorables au client dans 50% des cas. Dans 32% des cas, le client a obtenu entièrement satisfaction.

#### Nature des avis par type de litiges :

	Satisfaction totale	Satisfaction partielle	Refus
Réclamations commerciales	32%	11%	57%
Procès-verbaux	29%	38%	33%

#### AVIS RENDUS PAR LE MÉDIATEUR



### LES CONTESTATIONS

Les avis du Médiateur ne sont pas susceptibles d'être contestés, sauf si le client ou le contrevenant apporte, après l'avis rendu, de nouvelles pièces au dossier. Dans ce cas, le Médiateur peut revoir son avis. C'est ainsi qu'en 2011, 328 personnes ont voulu revenir sur un avis rendu : à la lumière des indications et pièces complémentaires fournies, le Médiateur a fait droit à la demande du client dans 14 % des cas réexaminés. Ce taux de contestation est identique, quel que soit le canal de saisine du Médiateur.

Bien entendu, le réclamant, s'il ne se satisfait pas de l'avis du Médiateur, conserve la possibilité de saisir toute juridiction compétente pour y faire valoir son droit.

## LES PROPOSITIONS DU MÉDIATEUR

Le Médiateur, dans son rapport annuel, doit faire part de ses propositions pour prévenir certains litiges dont il est régulièrement saisi et, plus généralement, pour contribuer à l'amélioration de la qualité des services rendus aux clients de SNCF.

Il présente cette année les propositions suivantes :

### ➤ **Service bagages : améliorer le service et la prise en charge des clients en cas de dysfonctionnement subi lors de la réalisation de la prestation**

Le Médiateur a régulièrement été confronté durant l'année 2011 à des demandes de remboursement de prestations bagages effectuées avec retard ou non exécutées.

### ➤ **Bon voyage : améliorer la traçabilité des Bons voyage**

Des clients saisissent régulièrement le Médiateur de la non réception de Bons voyage accordés par le service relation clients. Force est de constater que bien souvent le service SNCF émetteur des Bons est dans l'impossibilité de renseigner utilement le client, et donc la médiation, sur le type d'envoi (simple ou recommandé), mais également de communiquer la référence de l'envoi. Néanmoins, il refuse de réémettre les Bons.

### ➤ **Tarif voyageurs: améliorer la visibilité des Tarifs Voyageurs et leur exhaustivité**

De plus en plus de clients demandent la communication des textes officiels applicables à leur situation. Or, les textes opposables ne sont pas toujours exhaustifs. Il en est ainsi pour le paiement par chèques vacances (principalement des modalités de remboursement des billets), ou encore pour les conditions de transport de vélo à bord .

### ➤ **e - billet : renforcer la communication sur les règles d'utilisation des e-billets et sanctions encourues**

S'il est en effet indispensable de lutter contre la fraude en matière d'utilisation d'e-billets, il est également constaté que de nombreux clients, manifestement de bonne foi, sont verbalisés au montant de l'indemnité forfaitaire maximale (128 euros) pour une simple erreur d'identité sur le e-billet.

### ➤ **Assurance-annulation : modifier la procédure de contractualisation**

Lors d'un achat de billet sur le site de voyages sncf.com, la case de souscription de l'assurance optionnelle est préalablement cochée. Les clients assimilent cette procédure à une forme de vente forcée, ayant une action à accomplir pour refuser le contrat et non le souscrire. Il convient de laisser le choix au client.

## QUE SONT DEVENUES LES PROPOSITIONS 2010 DU MÉDIATEUR ?

### ➤ **Trajets mixtes : harmoniser la compensation en cas de retard**

Le Médiateur a régulièrement été confronté durant l'année 2010 à des demandes de compensation pour les retards sur des trajets mixtes (TER + TGV ou TGV + TER). Or, l'engagement horaire garanti par SNCF s'applique si le retard est dû au TGV, mais non s'il provient du TER, ce que les clients comprennent mal pour un même trajet. Le Médiateur demande que soit étudiée la possibilité d'harmoniser la compensation accordée dans les cas de trajets mixtes.

#### **Réponse SNCF :**

Ce sujet nécessite que les Autorités Organisatrices des transports régionaux acceptent, lorsque l'on passe un contrat avec elles, de prendre en compte l'indemnisation du client quand le TER est en retard.

### ➤ **Grèves : améliorer l'information des clients sur les possibilités d'utilisation des billets pour d'autres trains que ceux initialement prévus et sur les conditions d'échanges et de remboursement.**

Nombre de clients ignorent qu'en cas de suppression de train, ils peuvent emprunter, munis de leur billet initial, un autre train que celui prévu. Ils rachètent souvent des billets à un tarif plus onéreux, et n'obtiennent pas le remboursement de la différence par SNCF.

### **Réponse SNCF :**

la Garantie Voyage qui comporte une GARANTIE REPORT OU REMBOURSEMENT, lorsque le train au départ est reporté de plus d'1h ou supprimé, vise à améliorer de manière significative l'information des clients. Par ailleurs, en cas de perturbation prévisible, conformément aux dispositions du code des transports, l'information sur la mise en place d'un plan de transport adapté doit être délivrée au plus tard 24h avant le début de la perturbation. Les mesures commerciales sont annoncées conjointement.

### **➤ TGVAir : demander aux agences de voyage de renforcer l'information des clients sur les modalités d'échanges des coupons de vol ou billets électroniques contre des billets TGV.**

Le nombre de dossiers de réclamations relatifs à la prestation TGVAir est en effet en augmentation sensible en raison de la méconnaissance très fréquente par les clients des modalités d'échanges des titres.

### **Réponse SNCF :**

les responsables du produit Partenariats Aériens TGVair ont mis en place différentes actions :

- mention sur les enveloppes régularité et information aux Compagnies Aériennes partenaires,
- sensibilisation des partenaires à la bonne communication des usages du produit (mémo voyage, processus de réservation ...),
- veille et rappel à l'ordre de des partenaires et des distributeurs lors du constat d'un manque de communication au sujet des usages du produit,
- amélioration de la signalétique en gare (nouvelles affiches, signalétique au sol ...),
- visite en gare du parcours client, du guichet TGVair et de l'infrastructure avec des commerciaux de compagnies aériennes partenaires et leurs distributeurs (Nantes, Lyon, Strasbourg).

La distribution de produits aériens faisant intervenir plusieurs acteurs, il reste difficile de maîtriser avec certitude la bonne communication de l'usage du produit TGVair. Cependant, les actions mises en place ainsi que la croissance du produit devraient favoriser sa notoriété et ses conditions d'usage à moyen terme.

### **➤ Engagement horaire garanti : faire rajouter sur les enveloppes remises aux clients une mention les informant que la remise de ce document ne donne pas systématiquement droit à compensation.**

En effet, les clients auxquels une enveloppe a spontanément été remise par un agent SNCF à bord du train ou en gare ne comprennent pas de se voir opposer, par la suite, un refus de compensation.

### **Réponse SNCF :**

cette proposition a été prise en compte : il est mentionné sur l'enveloppe que son envoi ne donne pas systématiquement lieu à une compensation.

De plus, le process a été optimisé dans le cadre de la GARANTIE PONCTUALITE. Le chef de bord ou les agents en gare remettent à l'arrivée l'enveloppe « Garantie Ponctualité » - nouvelle appellation à échéance des stocks de l'enveloppe SNCF REGULARITE - qui permettra aux voyageurs d'obtenir la compensation.

SNCF s'engage également à mettre en ligne dès le lendemain, sur le site Internet infolignes.com - rubrique « Après votre arrivée » - le motif du retard et les droits à compensation.



### DEMANDE DE REMBOURSEMENT DE FRAIS SUITE À UN RETARD DE TRAIN

Le 29 avril 2011, Monsieur et Madame B. doivent effectuer un trajet de Lyon à Roissy Charles de Gaulle afin de prendre un avion à destination de la Crète. Monsieur et Madame B devaient théoriquement arriver à 10h57 pour une heure limite d'enregistrement fixée à 13h.

En raison d'une défaillance de matériel (fuite dans la conduite générale) le TGV est arrivé à destination avec un retard de 5h22. Les clients n'ont donc pas pu embarquer pour leur vol et ont dû racheter un billet d'avion pour le lendemain. Ils ont passé une nuit d'hôtel sur place.

Les taxes aéroportuaires leur ont été remboursées.

Monsieur et Madame B. saisissent alors le service relation clients SNCF. Ce dernier leur rembourse l'intégralité des billets de train en Bon Voyage mais ne fait pas droit à leur demande de remboursement des frais annexes.

Monsieur et Madame B. saisissent alors le Médiateur.

Le Médiateur a recommandé à SNCF de leur accorder la somme de 623 €, correspondant aux billets d'avion rachetés et à la chambre d'hôtel.

### BILLET FALSIFIÉ

Le 4 novembre, le fils de Monsieur A. est verbalisé lors de son voyage entre Paris Nord et Beauvais pour « titre falsifié ». Le montant de la transaction du procès-verbal s'élève à 174,70 euros.

Son père conteste le procès-verbal auprès du centre de recouvrement qui confirme l'infraction.

Monsieur A. saisit alors le Médiateur.

Après enquête et examen du billet, il est confirmé que le titre de transport présente des traces manifestes d'altération et de grattage au niveau du compostage.

Le Médiateur a donc confirmé la décision du centre de recouvrement.

### RETARD DE LIVRAISON D'UN BAGAGE

Monsieur T., 80 ans, domicilié à Grenoble, projette de se rendre à Menton du 2 au 16 juillet 2011.

Aussi, le 14 juin 2011, il fait appel au service bagages à domicile pour acheminer sa valise sur son lieu de vacances. La livraison de son bagage est fixée le 2 juillet 2011 à Menton.

De fait, sa valise est livrée le 8 juillet, soit avec 6 jours de retard, ce qui a généré l'achat par Monsieur T. d'articles de 1ère nécessité.

Monsieur T. saisit alors le service bagages à domicile d'une demande d'indemnisation.

Conformément aux conditions générales de vente, le service bagages lui adresse 4 euros par tranche de 24 heures de retard de livraison, soit la somme totale de 20 euros.

Monsieur T. saisit alors le Médiateur SNCF.

Après enquête, le Médiateur a alors demandé au service bagages de rembourser au client la somme de 169 euros correspondant aux achats de 1<sup>ère</sup> nécessité que Monsieur T. a dû effectuer dans l'attente de sa valise.

### **ERREUR SUR UN E-BILLET**

Le 3 septembre 2011, Mademoiselle Marie G., qui voyage entre Nantes et Paris munie d'un e-billet, est verbalisée pour « titre réservé à l'usage d'un tiers ». Le billet présenté au contrôleur est en effet au nom de Christophe G, son père. Le montant de la transaction s'élève à la somme de 201 euros.

Monsieur Christophe G., saisit le centre de recouvrement qui maintient le montant de la transaction.

Monsieur G. se tourne alors vers le Médiateur SNCF.

Monsieur G explique qu'il est Grand Voyageur, qu'il a effectué sur internet l'achat d'un e-billet pour sa fille et n'a pas prêté attention au fait que le billet porterait ses nom et prénom.

Le Médiateur a rappelé au client que le e-billet est un titre de transport nominatif, personnel et incessible, information donnée au client. Néanmoins, eu égard aux circonstances particulières évoquées, il a demandé à la Direction Juridique, de minorer le montant de la transaction du procès-verbal à l'insuffisance de perception, soit la somme de 43 euros.

### **GRÈVE – DÉGRADATION DES CONDITIONS DE TRANSPORT**

En raison d'une grève, le train entre Rennes et Paris que Monsieur P. devait emprunter le 25 novembre 2011 est supprimé. Les agents lui permettent alors de voyager le même jour à bord d'un autre train.

Monsieur P. titulaire d'un billet valable en 1<sup>ère</sup> classe voyage sur un strapontin.

Le client saisit le service relation clients d'une demande d'indemnisation. Ce dernier lui accord la somme de 9 euros sous forme de Bon voyage, montant qui représente 30 % du prix de son billet.

Insatisfait de ce geste commercial, le client saisit alors le Médiateur.

Le Médiateur confirme la décision du service relation clients et indique ne pas pouvoir aller au-delà du geste déjà accordé. En effet, en période de grève, SNCF met en place un programme de circulation des trains minimum avec le concours d'agents non grévistes. Néanmoins une dégradation des conditions de transport ne peut pas toujours être évitée.

### **EHG – CONDITIONS CLIMATIQUES**

Le 27 juin 2011, Madame R. a subi 41 minutes de retard entre Paris et La Rochelle.

Elle s'adresse au service relations clients pour demander le remboursement de son billet.

Ce dernier ne fait pas droit à sa demande expliquant que le retard était dû à des conditions climatiques exceptionnelles.

Madame R. conteste alors cette réponse auprès du Médiateur.

Après enquête, le Médiateur confirme la décision du service relations clients et explique à Madame R. que le retard n'est pas imputable à SNCF. En effet, en raison des très fortes chaleurs, un joint isolant a fondu, nécessitant son remplacement. L'engagement horaire garanti n'est donc pas applicable en l'espèce.

### **RÉGULARISATION À BORD**

Le 1<sup>er</sup> février 2011, Monsieur et Madame C. voyagent entre Quimper et Paris sans titre de transport. Le contrôleur constate alors l'infraction et demande à Monsieur et Madame C. de régulariser leur situation. Ces derniers règlent la somme de 195,20 euros.

Le 16 octobre 2011, ils saisissent le service relations clients d'une demande de remboursement de cette régularisation indiquant qu'ils avaient bien acheté et réglé leurs billets mais qu'ils n'avaient pas réussi à les imprimer en borne libre service avant leur départ.

Le service relation clients ne fait pas droit à leur sollicitation, la requête datant de plus de 60 jours après le voyage.

Monsieur et Madame C saisissent alors le Médiateur.

Après enquête, des billets avaient bien été achetés pour ledit trajet, n'avaient pas été émis ni remboursés. Le Médiateur a donc préconisé au service relation clients le remboursement des billets sous forme de Bon Voyage.

### **VOYAGE SANS BILLET – VOL DE PORTEFEUILLE**

Le 12 décembre 2011, Mademoiselle J. voyage sans billet entre Angers et Paris. Elle est verbalisée. Le montant du procès-verbal s'élève à 92 euros.

Elle saisit le centre de recouvrement pour expliquer avoir été victime, la veille de son voyage, du vol de son portefeuille contenant son billet de train. Elle fournit à l'appui de sa demande une copie du dépôt de plainte.

Le centre de recouvrement ne fait pas droit à sa demande.

Mademoiselle J. fait alors appel au Médiateur.

Après enquête et eu égard aux circonstances particulières ayant amené Mademoiselle J. à voyager sans titre de transport, le Médiateur a recommandé à la Direction Juridique de minorer le montant de la transaction du procès-verbal à la somme de 37 euros correspondant au coût du transport.

### **BILLET NON COMPOSTÉ**

Le 22 novembre 2011, sur un parcours entre Chantilly et Paris, Monsieur L. est régularisé par le contrôleur pour ne pas avoir composté son billet.

Monsieur L. saisit le service relation clients Transilien d'une demande d'indulgence précisant avoir oublié de composer son billet.

Ce service n'ayant pas fait droit à sa demande, Monsieur L. saisit le Médiateur.

Le médiateur confirme la décision du service relation clients.

# LE MÉDIATEUR SNCF

## HISTORIQUE

### **1994** – INSTITUTION D'UN MÉDIATEUR SNCF

Les organisations nationales agréées de consommateurs et d'usagers SNCF concluent le 27 juin 1990 un protocole d'accord ayant pour objectif d'améliorer la qualité des relations entre SNCF et les voyageurs, notamment par l'analyse périodique des litiges et des réclamations.

Dans ce cadre elles décident de créer une instance de médiation permettant aux voyageurs d'obtenir gratuitement l'avis motivé d'une personnalité indépendante.

Ainsi, le 13 avril 1994, le Président de SNCF en exercice, Jacques Fournier, nomme, après avoir consulté les associations de consommateurs, Monsieur René Vacquier au poste de Médiateur.

Conformément au protocole, le médiateur peut être saisi exclusivement par courrier et par l'intermédiaire d'une association de consommateurs, du Médiateur de la République ou de l'un de ses délégués.

### **1998** – NOMINATION DE MONSIEUR BERTRAND LABRUSSE MÉDIATEUR SNCF

Louis Gallois, Président en exercice de SNCF, nomme Monsieur Bertrand Labrusse Médiateur SNCF à compter du 1<sup>er</sup> janvier 1998.

### **2006** – NOMINATION DE MONSIEUR BERNARD CIEUTAT MÉDIATEUR SNCF

Louis Gallois, Président en exercice nomme Monsieur Bernard Cieutat Médiateur SNCF à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2006.

### **2009** – SAISINE DIRECTE DU MÉDIATEUR

Le Président de SNCF, Guillaume Pepy décide de faciliter l'accès au Médiateur en offrant aux clients la possibilité de le saisir directement, sans passer obligatoirement par une association de consommateurs ou par le Médiateur de la République, comme c'était auparavant le cas. En janvier 2009, le Président et les associations ont modifié le protocole dans ce sens.

### **2011** – SAISINE DU MÉDIATEUR PAR INTERNET

Le Président de SNCF, Guillaume Pepy décide de permettre la saisine du médiateur SNCF sur le site [sncf.com](http://sncf.com) à compter de septembre 2011.

377 saisines internet au 4<sup>ème</sup> trimestre 2011, soit 29% du total des saisines de la période.

# SAISINE

**Bernard Cieutat est le Médiateur SNCF. Il a été nommé par le Président de SNCF en 2006. Son mandat est de trois ans renouvelable. Il n'est tenu par aucun lien hiérarchique au sein de SNCF. Chaque année, il rédige un rapport de son activité qu'il présente aux représentants des associations nationales agréées de consommateurs.**

Ce rapport est public, il peut être consulté et téléchargé sur le site [sncf.com](http://sncf.com).

Pour Bernard Cieutat, la médiation c'est l'examen impartial et le traitement en équité des litiges survenus à l'occasion d'un voyage opposant SNCF Transporteur à ses clients.

Le Médiateur SNCF est membre du Club des Médiateurs de services au public, association qui regroupe des médiateurs d'entreprises, institutions et collectivités en charge d'un service au public.

## DANS QUELS CAS FAIRE APPEL AU MÉDIATEUR ?

Vous pouvez saisir le Médiateur lorsque vous avez un litige avec SNCF qui porte sur les domaines suivants :

- litiges commerciaux avec SNCF Transporteur,
- contraventions à la police des chemins de fer.

## QUAND SAISIR LE MÉDIATEUR ?

L'intervention du Médiateur est possible si, à une réclamation écrite du client, SNCF n'a pas répondu après un délai d'un mois ou a opposé un refus écrit.

Le litige ne doit pas dater de plus d'un an.

## COMMENT SAISIR LE MÉDIATEUR ?

- par courrier à :  
Médiateur SNCF  
45, rue de Londres  
75008 PARIS
- sur le site [sncf.com](http://sncf.com), rubrique vie pratique.
- par le biais d'une association nationale agréée de consommateurs signataire du protocole ou du Défenseur des droits ou l'un de ses délégués

Le recours au Médiateur est gratuit. Le traitement de votre dossier est confidentiel et vous avez une réponse, en principe, dans les 2 mois, 4 mois pour les dossiers complexes.



## BIOGRAPHIE **BERNARD CIEUTAT**

### **Bernard Cieutat est médiateur de SNCF depuis 2006.**

Comme ses prédécesseurs, il est magistrat issu de la Cour des comptes.

Diplômé de l'Institut d'études politiques, de la Faculté de droit de Paris et de l'École nationale d'administration, titulaire d'un certificat de mathématiques de l'Université de Californie (UCLA), il entre en 1966 au ministère de l'économie et des finances, direction du budget, où il est d'abord affecté au bureau des transports. Il y est notamment chargé des entreprises ferroviaires. Il participe à ce titre à l'élaboration du premier contrat de programme entre l'État et SNCF.

Par la suite sous-directeur, puis chef de service, adjoint au directeur du budget, il se voit confier en 1985 la direction générale des finances du ministère de l'éducation nationale.

En 1993 il est nommé conseiller maître à la Cour des comptes, rapporteur général de la Juridiction en 2000, et président de chambre en 2002.

Professeur associé (économie et gestion) à l'université de Paris-Dauphine de 1993 à 2006, Bernard Cieutat est l'auteur de plusieurs ouvrages et articles sur le secteur public.

# PROTOCOLE DE MÉDIATION ENTRE LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS ET SNCF

## Conclu entre

La Société Nationale des Chemins de fer Français (SNCF) Établissement Public Industriel et Commercial inscrit au Registre du Commerce et des Sociétés sous le n° 552 049 447 RCS Paris, ayant son siège au 34 Rue du Commandant Mouchotte – 75014 – PARIS, représentée par Monsieur Guillaume PEPY, Président de la SNCF, d'une part.

## et

ADEIC – AFOC – ALLDC – ASSECO CFDT – CGL – CNAFAL – CNAFC – CNL – CSF – Familles de France – Familles Rurales – FNAUT – INDECOSA CGT – ORGECO – UNAF d'autre part.

## PRÉAMBULE

Un Protocole d'accord organise la concertation depuis 1990 entre les Associations de Consommateurs, agréées au plan national, et la SNCF.

Dans ce cadre contractuel, les parties au protocole ont décidé de créer, dès 1994, une instance de Médiation permettant aux voyageurs d'obtenir rapidement et gratuitement l'avis motivé d'une personnalité indépendante, pour parvenir à un meilleur traitement des litiges, sans remettre en cause le cadre existant de traitement des dossiers conflictuels.

Afin de tenir compte des évolutions intervenues ces dernières années en matière de médiation, les Associations Nationales de Consommateurs et la SNCF ont décidé de remplacer l'annexe relative à la Médiation à la SNCF par le présent protocole.

## OBJET

Le Protocole de médiation entre les Associations Nationales de Consommateurs et la SNCF a pour objet de déterminer l'ensemble des modalités de fonctionnement de l'instance de Médiation.

## COMPÉTENCE ET SAISINE DU MÉDIATEUR

**1 - L'intervention du Médiateur peut être sollicitée** par les personnes visées au 2.2 ci-après, dans les litiges survenus à l'occasion d'un voyage opposant la SNCF Transporteur à ses clients, lorsqu'ils n'ont pu être réglés par les services compétents de la SNCF, y compris en matière de contraventions à la police des chemins de fer des quatre premières classes à l'exception des contraventions qui exposent le réclamant à une procédure de délit pour voyages habituels sans titre de transport, tel que prévu par l'article 24-1 de la loi du 15 juillet 1845 sur les chemins de fer, ainsi qu'aux contraventions connexes à un autre délit.

Pour les contraventions à la police des chemins de fer, le Médiateur de la SNCF a la possibilité, s'il l'estime nécessaire, d'appeler l'attention des juridictions de proximité sur certaines infractions passibles d'amendes forfaitaires majorées, dans des cas dignes d'intérêt, sous la réserve expresse de l'accord du Ministère de la Justice.

L'intervention du Médiateur pourra, en outre, être sollicitée à l'occasion de litiges relatifs à des prestations annexes au voyage ferroviaire, offertes par la SNCF à sa clientèle, par exemple la distribution de titres de transport, le transport de bagages. En revanche, sont exclues les prestations relevant des activités de la SNCF en tant qu'agence de voyages telles que les prestations hôtelières, aériennes, locations de voiture.

## **2 - La saisine du Médiateur peut être opérée par :**

- les Associations nationales agréées de consommateurs signataires du présent protocole,
- les particuliers, sachant qu'il est vivement recommandé à ceux-ci de se faire assister par une association de consommateurs agréée,
- le Médiateur de la République et ses délégués départementaux,
- le Médiateur européen,
- les Médiateurs institués auprès d'entreprises ferroviaires européennes,
- les Médiateurs des entreprises de transport de voyageurs.

## **DÉSIGNATION DU MÉDIATEUR**

**1** - Le Médiateur est désigné par le Président de la SNCF, qui choisit une personnalité extérieure, indépendante de l'entreprise.

La désignation du Médiateur intervient après consultation des associations nationales membres du Conseil Consultatif des Consommateurs institué par le protocole d'accord du 17 mai 2001.

Le Médiateur s'engage à signer la Charte des médiateurs du service public.

**2** - La durée de mandat du Médiateur est fixée à trois ans. Ce mandat est renouvelable.

**3** - Un secrétariat et des moyens de fonctionnement sont mis à la disposition du Médiateur par le cabinet du Président de la SNCF.

## **CONDITIONS D'INTERVENTION DU MÉDIATEUR**

**1** - Le Médiateur est saisi par le réclamant, l'une des associations ou l'un des organismes visés à l'article 2.2 ci-dessus.

**2** - L'intervention du Médiateur est possible si, à une réclamation écrite du client, la SNCF n'a pas répondu après un délai d'un mois ou a opposé un refus écrit.

Concernant les procès-verbaux, une réponse d'attente et la première lettre de rappel en tout ou partie du procès-verbal d'infraction ne peuvent être interprétées comme un refus au sens de l'alinéa précédent.

**3** - En matière de contravention, l'intervention du Médiateur n'est plus possible lorsque le procès-verbal a été transmis à l'officier du ministère public en application de l'article 529-5 du Code de procédure pénale, le contrevenant disposant alors des garanties prévues par la loi.

## **POUVOIRS DU MÉDIATEUR**

**1** - Au cours de la procédure de médiation, pour les besoins de l'enquête, le Médiateur pourra questionner directement toutes les parties concernées, qu'il s'agisse du réclamant, des associations et organismes habilités à saisir le Médiateur ou des services de la SNCF. Ces derniers transmettent, en tant que de besoin, les éléments nécessaires à la résolution des litiges et n'interviennent plus en direct sur le dossier.

**2** - Si le réclamant se fait assister par une association ou fait appel à un organisme habilité à saisir le Médiateur, l'association ou l'organisme fournit au Médiateur toutes les informations utiles à l'examen de l'affaire, notamment les coordonnées du client, la copie des pièces justificatives, qu'il s'agisse du titre de transport, des procès-verbaux, ou des différentes quittances ou factures selon la nature de la réclamation, ainsi que les échanges de courriers avec la SNCF.

**3** - En matière de contravention, le réclamant, les associations et organismes habilités saisissent le Médiateur dans les meilleurs délais, compte tenu du délai de deux mois prévu par les articles 529-4 et 529-5 du Code de procédure pénale et à l'expiration duquel la SNCF peut transmettre les procès-verbaux à l'officier du ministère public dans le cadre de la procédure simplifiée.

Si une association ou un organisme habilité estime ne pas devoir transmettre au Médiateur un dossier, notamment quand il s'agit de contraventions, il doit en aviser le réclamant dans les meilleurs délais, de manière à ce qu'il puisse faire valoir ses droits autrement.

**4** - Lorsque le Médiateur est saisi avant l'expiration du délai de deux mois précité, il en avise la SNCF qui sursoit à transmettre les procès-verbaux à l'officier du ministère public.

**5** - Le Médiateur instruit les requêtes en demandant, le cas échéant, à la direction concernée de réexaminer l'affaire, notamment en fonction des éléments d'information transmis par le réclamant, l'association ou l'organisme qui l'a saisi.

**6** - Dans les deux mois suivant sa saisine, le Médiateur fait connaître son avis par courrier. Le délai peut être porté à quatre mois si la nature ou la complexité du litige le justifie (dossiers demandant une enquête longue ou plus difficile). Un courrier d'information, indiquant les raisons de ce dépassement, est adressé à la personne ayant saisi le Médiateur.

L'avis du Médiateur, fondé notamment sur l'équité, n'est pas susceptible de recours et a valeur de recommandation entre les parties.

Le réclamant, s'il ne se satisfait pas de l'avis du Médiateur, conserve la possibilité de saisir toute juridiction compétente pour y faire valoir son droit, sans avoir à y renoncer explicitement lors de la saisine ou d'une offre de règlement tant que celle-ci n'est pas acceptée.

Si le service SNCF concerné estime ne pas devoir suivre l'avis du Médiateur, il doit expliquer son refus et la décision de la SNCF appartient alors à son Président. Dans l'hypothèse d'une action judiciaire concomitante, le refus n'a pas à être motivé.

## **RAPPORT ANNUEL ET PROPOSITIONS DU MÉDIATEUR**

**1** - Le Médiateur adresse un rapport annuel à la SNCF et aux Associations Nationales de Consommateurs signataires des présentes. Il transmet également ce rapport au Médiateur de la République et aux Médiateurs du service public.

Le Médiateur présente le dit rapport aux représentants des associations nationales agréées de consommateurs, participant à la concertation menée avec la SNCF, lors d'un Conseil Consultatif des Consommateurs réuni par le Président de la SNCF ou son représentant.

**2** - Dans le rapport annuel, le Médiateur établit le bilan de son activité et formule des propositions de nature à améliorer la qualité des services rendus aux voyageurs.

**3** - Sans attendre le rapport annuel, le Médiateur peut émettre des propositions visant à remédier à un dysfonctionnement qu'il a pu constater à l'occasion de l'examen d'un litige.

Le présent protocole entre en application pour une période d'un an à compter du 1er janvier 2009. Il sera renouvelé chaque année par tacite reconduction, sauf dénonciation d'une des parties avec un préavis écrit de deux mois. La renonciation d'une des associations n'entraîne pas la fin du protocole pour les autres.

# **Annexe 5**

# Guide entretien

Thèmes	Questions
Fonctionnement interne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De combien de personnes votre équipe est-elle composée ? Quelles sont ces personnes ? Quelles sont leurs fonctions ? Comment votre équipe intervient-elle dans le traitement des litiges ?</li> <li>• Quand vous recevez un dossier de litige, comment procédez-vous ?</li> <li>• Quelle est votre démarche pour traiter les litiges, en ce qui concerne les PV et en ce qui concerne les litiges commerciaux ?</li> <li>• Avez-vous perçu des différences depuis le début de votre activité, dans la nature des litiges que vous recevez, qui seraient liées à l'évolution de qualité de service ? Si oui, lesquelles ? A l'inverse, y a-t-il de nouveaux litiges qui émergent, liés à la détérioration de la qualité de service ?</li> </ul>
Réclamations Recommandations	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vous recevez beaucoup de réclamations durant l'année et faites du cas par cas, comment établissez-vous les recommandations ? De quelle(s) manière(s) ? Procédez-vous à des tris ?</li> </ul>
Rapport SNCF/Médiateur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment et à qui communiquez-vous les recommandations à la SNCF ?</li> <li>• La SNCF, fait-elle un suivi permanent des réclamations qui vous sont faites ou seulement annuel, à la suite du rendu public du rapport annuel ?</li> <li>• Avez-vous des réunions durant l'année avec la SNCF, concernant votre activité et les litiges que vous traitez ?</li> <li>• Depuis que vous êtes Médiateur, pensez-vous que les recommandations que vous faites chaque année sont prises en considération par la SNCF ? Si oui, de quelle(s) manière(s) ?</li> </ul>

<p>Ressenti/ positionnement du Médiateur</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comment vous positionnez-vous en tant que Médiateur indépendant et impartial, aussi bien face à la SNCF que face aux voyageurs ?</li><li>• Quels sont les avantages de la Médiation pour les voyageurs ?</li><li>• Quels sont les points à améliorer dans la pratique, au niveau de l'information, etc. ?</li><li>• Rencontrez-vous des difficultés ? Quelles sont-elles ?</li><li>• Selon vous, quelles sont les perspectives d'avenir du Médiateur de la SNCF, notamment face à l'ouverture à la concurrence ?</li></ul>
--	--

# **Annexe 6**

## **Retranscription de l'entretien avec le Médiateur de la SNCF, Bernard CIEUTAT**

### **De combien de personnes votre équipe est-elle composée ?**

Le Médiateur : Six personnes.

### **Quelles sont ces personnes ?**

La SNCF met à ma disposition 4 personnes de niveau cadre, dont mon adjointe et deux agents de maîtrise. La Médiation recrute également, pour six mois, des stagiaires issus des Ecoles d'avocats ou en Master 2.

### **Comment votre équipe intervient-elle dans le traitement des litiges ?**

Elle fait toute la phase d'instruction.

### **Quand vous recevez un dossier de litige, comment procédez-vous ?**

On regarde d'abord si on est compétent, c'est à dire, si la réclamation concerne le Médiateur. Dans 30 % des cas, je réoriente le dossier. Sur chacune des affaires, j'envoie un accusé de réception. A partir de là, nous regardons rapidement si je suis compétent pour examiner la réclamation. Le voyageur doit d'abord envoyer sa réclamation au service clientèle ou, s'il s'agit d'un procès-verbal, au centre de recouvrement de la SNCF. En tant que médiateur, je ne peux intervenir qu'en appel, quand un voyageur conteste la position prise par les services de la SNCF sur sa réclamation. S'il me saisit en premier, je réoriente son courrier vers le service compétent de la SNCF, la direction juridique pour les procès-verbaux ou le service clientèle pour les autres réclamations. Je préviens bien entendu, parallèlement, le voyageur que je réoriente sa réclamation. Je ne la lui renvoie pas en lui disant de s'adresser au centre de recouvrement. Ça fait gagner du temps à tout le monde et c'est mieux pour le voyageur. Cela représente 10% des dossiers.

Par ailleurs, le protocole de médiation exclut ma compétence dans certains cas, par exemple quand la justice est saisie. Il en est ainsi si le PV a déjà été envoyé à l'officier du ministère public. Il en va de même si le litige porte sur un accident de voyageur. Dans ce cas le problème est exclusivement juridique : il relève du droit de la responsabilité (imputabilité et évaluation du dommage). Je renvoie donc le dossier au service juridique de la SNCF spécialisé dans ce domaine, l'Agence des accidents de personne, situé à Dijon. Je préviens également le voyageur qui m'a saisi que je réoriente sa réclamation. Bien entendu, il peut me saisir ultérieurement au vu de la réponse qu'il aura reçue.

De même, lorsque le voyageur a acheté à la SNCF, agissant comme agence de voyages, une prestation complète, comprenant le transport aérien ou maritime, une location de voiture, un séjour à l'hôtel..., le protocole exclut également ma compétence. D'ailleurs un Médiateur du Tourisme et du Voyage vient d'être nommé pour les réclamations concernant les agences de voyages. L'ensemble des réclamations « hors compétence », que je réoriente représentent également environ 10% des dossiers que je reçois.

Le protocole de médiation prévoit enfin depuis 2009 que le voyageur peut me saisir si la SNCF n'a pas répondu à sa réclamation dans un délai d'un mois. Il arrive souvent – dans 10% des cas également- que le voyageur a reçu la réponse de la SNCF alors que je m'apprêtais à lui écrire.

Pour ces trois raisons, je réoriente 30% des réclamations que je reçois.

Pour celles que je traite, je mène une enquête approfondie. C'est un principe fondamental de la médiation. Les services clientèle et les centres de recouvrement des procès-verbaux de la SNCF reçoivent plusieurs centaines de milliers de réclamations. Leur approche est nécessairement rapide. Je peux prendre plus de temps, bien que le protocole me donne un délai de 2 mois pour répondre au voyageur qui m'a saisi (4 mois si le dossier est complexe et nécessite une enquête longue). Je cherche à comprendre les circonstances particulières qui ont conduit le voyageur à agir de telle ou telle manière et la SNCF à refuser sa demande, voire à le sanctionner. Bref je regarde l'affaire en détail et de manière impartiale. C'est l'impartialité du médiateur qui est importante. Même si le dossier est préparé par mon équipe, qui mène l'enquête et prépare un projet de réponse, il me revient d'examiner les circonstances de chaque affaire et d'assumer la responsabilité de chaque réponse. Je signe toutes les réponses. Il arrive que mes avis soient contestés par le voyageur. Dans ce cas, j'accepte de réexaminer l'affaire et de reconsidérer mon avis si le voyageur fait valoir un élément nouveau qui le justifie. Si le voyageur ne se satisfait toujours pas de ma réponse, il peut saisir les tribunaux. En fait, l'existence du Médiateur dans une entreprise comme la SNCF est très importante, car les sommes en jeu dans une réclamation excluent la plupart du temps un recours judiciaire long et coûteux. La médiation est un mode de régulation alternatif des litiges particulièrement indiqué dans le cas des réclamations qui me sont adressées. Les réclamants n'ont pas vraiment d'autre recours que le Médiateur en cas de litige avec la SNCF.

### **Comment traitez-vous les dossiers de litige ? Quelle est votre démarche en ce qui concerne les PV et en ce qui concerne les litiges commerciaux ?**

En ce qui concerne les PV, on est dans le domaine pénal. Quelle est mon approche ? Je regarde s'il y a lieu d'être indulgent ou pas, et si le PV me paraît justifié, dans sa réalité comme dans son montant. Il m'arrive de demander son classement pur et simple. C'est le cas, par exemple, des cartes

de réduction oubliées, s'il est prouvé que le voyageur en détenait une au moment du voyage et bien entendu si l'oubli n'est pas habituel, ce qui est facile à vérifier. Il m'arrive aussi d'estimer que le montant du PV est excessif au regard des circonstances de l'espèce, même si je ne mets nullement en cause la réalité de l'infraction et la position du contrôleur, agent assermenté. Mais il est des circonstances atténuantes pour le voyageur, qui me conduisent à demander la diminution du PV.

En matière commerciale, les cas de figures sont très nombreux. La plupart des réclamations portent sur les conditions du voyage, en particulier sur les retards ou les suppressions de train, et sur les tarifs. Il arrive aussi fréquemment que des voyageurs montent dans le train bien qu'ils n'aient pas de billet. Avant de les verbaliser, les contrôleurs leur proposent de régulariser leur situation, selon un barème bien sûr plus élevé que le prix normal. Dans certains cas, il apparaît que l'Engagement Horaire Garanti par la SNCF en cas de retard du train n'a pas été appliqué comme il aurait dû l'être par le service de réclamation. En quelque sorte, je rattrape les choses.

**Avez-vous perçu des différences depuis le début de votre activité, dans la nature des litiges que vous recevez, qui seraient liées à l'amélioration de qualité de service ? Y a-t-il de nouvelles problématiques qui émergent liées à la détérioration qualité de service ?**

Comme je l'ai dit, beaucoup de litiges, du moins en matière commerciale, sont liés à des retards ou portent sur les tarifs. Mais je ne suis pas sûr que les litiges qui parviennent au médiateur constituent un échantillon représentatif : quelques milliers sur des centaines de milliers de réclamations. Il faut également relativiser le nombre des réclamations reçues par la SNCF en les rapportant au nombre de voyages réalisés annuellement: plus d'un milliard. C'est beaucoup en valeur absolue, mais en pourcentage, cela ne fait que un à deux pour mille.

S'agissant des retards, je mentionnerai un problème que la FNAUT connaît bien : celui des avions manquées par suite d'un retard de train. La SNCF refusant de dédommager les voyageurs sauf éventuellement au titre de l'Engagement Horaire Garanti pour le trajet effectué en chemin de fer, j'ai saisi de ce problème le Président de la SNCF.

**Vous recevez beaucoup de réclamations durant l'année et faites du cas par cas, comment établissez-vous les recommandations ? De quelle(s) manière(s) ? Procédez-vous à des tris ?**

Revenons sur le cas des avions manqués en raison d'un retard de train. C'est une des rares fois où j'ai saisi le Président de SNCF, car il me paraissait équitable d'accorder, dans certaines situations, un dédommagement, au-delà de la simple application de l'Engagement Horaire Garanti. Le protocole de médiation m'autorise à saisir le Président de l'entreprise quand mes recommandations se heurtent à un refus des services. Le Président a fait étudier cette affaire et qu'un dédommagement

soit versé au voyageur, sous certaines conditions qui me paraissent équitables. Il faut d'abord que le retard soit imputable à la SNCF. En second lieu, il faut vérifier que le voyageur ne soit pas dédommagé parallèlement par une assurance. Troisième condition, le voyageur doit avoir pris des précautions, notamment un laps de temps suffisant entre son arrivée à l'aéroport et l'heure limite d'embarquement. Depuis lors, la Cour de cassation a rendu des arrêts restrictifs pour les voyageurs, dont je dois tenir compte, tout en gardant ma liberté de me prononcer en équité au vu des circonstances propres à chaque litige.

Autre cas intéressant : celui des usurpations d'identité. En tant que Médiateur, je n'ai pas les moyens de faire une enquête pour savoir l'usurpation d'identité invoquée par le voyageur est réelle. L'enquête relève clairement du processus judiciaire, à tel point, que quand un voyageur, recevant un procès-verbal, invoque une usurpation d'identité, la SNCF porte systématiquement plainte. L'affaire étant portée devant les tribunaux, je suis donc de facto dessaisi. J'ai demandé à la Direction Juridique et obtenu que le recouvrement du procès-verbal soit alors suspendu en attendant le résultat de l'enquête judiciaire. Le voyageur de bonne foi n'est donc pas pénalisé. D'une certaine manière, il bénéficie de la présomption d'innocence.

En tant que Médiateur de la SNCF, je suis clairement un médiateur d'entreprise. Mais je ne suis pas cadre de l'entreprise et je n'ai jamais travaillé auparavant à la SNCF. Cette particularité importante de mon statut, que l'on ne retrouve pas chez la plupart des médiateurs d'entreprise, conforte mon indépendance. Par ailleurs, la SNCF met à ma disposition les moyens nécessaires à ma mission, en particulier les personnes que j'ai mentionnées au début de notre entretien. C'est une excellente équipe, qui indépendamment de ses grandes qualités, présente l'avantage de bien connaître l'entreprise et de faciliter les contacts avec les services. Il est important que de savoir à quelle porte frapper, avec qui dialoguer sur tel ou tel dossier. N'oublions pas que je suis médiateur, situé entre les parties, entre le voyageur et l'entreprise. L'impartialité exige que je ne prenne pas de parti systématique. Pour moi, ce qui est important, c'est précisément d'être objectif, de reconstituer les faits comme ils se sont passés, d'évaluer objectivement chacun des points de vue, celui du voyageur comme celui des services. Le fait que je n'aie jamais appartenu à l'entreprise constitue de ce point de vue un avantage : je ne suis pas conditionné par elle... D'un autre côté, je dois aussi prendre en compte ses règles et son mode de fonctionnement quitte à recommander des modifications. Enfin, j'ajouterais que l'impartialité n'est jamais acquise une fois pour toutes. L'expérience de la médiation m'a appris que c'était une conquête permanente. Le Médiateur ne doit jamais se laisser gagner par la routine. Chaque dossier exige une réflexion particulière, même si certains d'entre eux exigent moins de temps. Il m'arrive aussi d'évoluer dans mes prises de position, et c'est heureux ! L'expérience m'a conduit quelquefois à infléchir ma position sur certains types de dossiers.

N'arrive-t-il pas aux juridictions d'opérer des revirements dans leur jurisprudence ?

**Comment établissez les recommandations ?**

Je fais du cas par cas et j'écris sur chacune des réclamations. Je n'opère aucun tri préalable. On traite les dossiers dans l'ordre où ils se présentent.

**Mais pour établir les recommandations, comment procédez-vous ?**

Je commence, comme je l'ai dit, par voir ce qui est de ma compétence. Par vérifier si les services ont répondu. Tout est enregistré et classé pour que je puisse dire quelle est la proportion des litiges portant sur tel ou tel objet. Mes classements n'obéissent qu'à des fins statistiques. Ils n'influent en aucun cas sur la manière de traiter les dossiers.

**Comment et à qui communiquez-vous les recommandations à la SNCF?**

C'est dans le rapport annuel et c'est le Président. Il faut savoir que je suis rattaché au Président. C'est le Président qui me nomme pour trois ans avec l'accord des associations de consommateurs.

**La SNCF fait-elle un suivi permanent des réclamations qui vous sont faites ou seulement annuel, à la suite du rendu public du rapport annuel?**

C'est plutôt annuel. Je formule mes recommandations dans mon rapport annuel où figurent également les suites données par la SNCF à mes recommandations précédentes.

De plus en plus souvent, j'interviens auprès des services pour leur expliquer ce que je fais et comment je travaille. Je suis par exemple intervenu devant les Centres de Recouvrement et les responsables des services clientèle de SNCF voyages et des TER. Il est essentiel de travailler dans un climat de bonne compréhension, de bonne connaissance mutuelle. Expliquer par des contacts personnels comment procède le Médiateur facilite bien des choses. Cela paraît évident mais n'a pas toujours été le cas. En 2008, j'ai traité 756 dossiers dans l'année. On est maintenant à plus de 5000. Les services SNCF ne portent plus le même regard sur la Médiation. Avant, on pouvait constater de l'ignorance, parfois de la méfiance, de la part des services. Maintenant, nous travaillons dans un excellent climat.

**L'augmentation du nombre de réclamations que vous recevez, vous pensez que c'est dû à une meilleure connaissance...**

Oui. Je pense que c'est avant tout le résultat de la possibilité de me saisir directement depuis janvier 2009 et, depuis octobre 2011, par internet. Des efforts ont été faits pour que le Médiateur soit mieux

connu des voyageurs et facilement accessible. L'augmentation du nombre de réclamations que je reçois est le fruit de ces efforts, menés depuis 2009. Le Médiateur est sur les sites sncf.com et sncf-voyages.com et a fait l'objet de campagnes d'information. Les médias s'intéressent régulièrement à la médiation et m'interviewent périodiquement, en particulier à l'occasion de mon rapport annuel.

**Avez-vous des réunions durant l'année avec la SNCF concernant votre activité ?**

Oui, bien sûr. Je reçois les services qui le désirent. Il m'arrive aussi d'aller les voir.

**Depuis que vous êtes Médiateur, pensez-vous que les recommandations que vous faites chaque année sont prises en considération par la SNCF ? Si oui, comment ?**

Je pense qu'il y a eu beaucoup de progrès. Je vous renvoie sur ce point à mon prochain rapport annuel.

**Comment vous positionnez-vous en tant que Médiateur indépendant et impartial, aussi bien face à la SNCF que face aux voyageurs ?**

D'une part, il y a les garanties statutaires que donne le Protocole qui crée la médiation, protocole passé entre le Président de la SNCF et les associations de consommateurs, en particulier, comme je l'ai souligné, le fait que je sois extérieur à la SNCF, que je sois rattaché directement au Président et que je dispose d'une équipe dédiée. En tant qu'ancien magistrat, l'indépendance a toujours constitué un élément essentiel de mon statut. L'indépendance favorise l'impartialité. D'un point de vue aussi bien éthique que méthodologique, j'ai toujours appliqué la règle du contradictoire, essentielle pour un médiateur qui doit entendre les deux parties, être à leur écoute attentive avant de rendre son avis.

**Quels sont les points forts de la Médiation, selon vous ?**

La médiation est une voie de recours gratuite. C'est important qu'elle soit gratuite. Vous vous rendez compte, je reçois des réclamations portant sur moins de dix euros. Une indication : en 2011, j'ai donné satisfaction aux réclamants dans la moitié des cas, soit totalement (près d'un tiers) soit partiellement (entre 15% et 20%).

**Quels sont les points à améliorer dans la pratique, au niveau de l'information ect. ?**

Je souhaite avant toutes choses que la médiation soit encore mieux connue. Pour moi, l'information est évidemment un élément clé.

**Pensez-vous améliorer la qualité de service de la SNCF ? Comment ?**

### **Rencontrez-vous des difficultés ? Quelles sont-elles ?**

Comme je l'ai dit, quand je me heurte à un refus systématique de la SNCF, j'ai toujours la possibilité de demander au Président de l'entreprise de trancher.. Le protocole m'y autorise, mais c'est un peu l'arme absolue, à employer avec discernement. Cette situation se produit rarement : les services finissent toujours par se ranger à mon avis. Dans certains cas, je pourrais passer en force, mais là encore je n'y ai recours que très exceptionnellement, sous peine d'entamer ma crédibilité. Pour moi, c'est très important d'avoir une bonne relation avec les services SNCF comme avec les voyageurs qui me saisissent. Je m'attache toujours à expliquer ma position aux uns comme aux autres, position que j'arrête après les avoir écoutés et avoir dialogué avec eux. Le travail de persuasion est essentiel ; il correspond à l'esprit de la médiation. Il permet d'influer sur les services et d'aboutir à de réels changements. Cela prend un peu de temps mais je crois que c'est une méthode plus efficace, aux effets durables. Il ne faut pas exagérer le rôle de la Médiation dans l'évolution de l'entreprise. Mais je crois qu'elle y contribue, dans la mesure de ses moyens et à sa manière. Il faut aussi considérer que dans un contexte appelé à devenir plus concurrentiel, l'entreprise prend davantage en considération le voyageur-client, désormais au cœur de sa stratégie. Dans un tel contexte, la Médiation facteur d'une plus grande satisfaction du voyageur revêt pour l'entreprise un intérêt certain.

### **Selon vous, quel est l'avenir du Médiateur de la SNCF, notamment face à l'ouverture à la concurrence ?**

Quel que soit le mode d'organisation et l'état de la concurrence, la médiation a un bel avenir devant elle. Les voies judiciaires sont lentes et souvent onéreuses. La médiation offre un mode de règlement des litiges gratuit, rapide, donnant des garanties d'impartialité, de sérieux et de professionnalisme. C'est une voie exigeante parce que la médiation touche à l'humain, tout en respectant les règles de droit (le médiateur se prononce en droit et en équité). La médiation n'est cependant pas un service social. Je reçois des lettres où je sens les difficultés sociales, financières. Je vois que pour certaines personnes, quelques euros. Le médiateur ne peut pas l'ignorer. La médiation offre un service personnalisé. Elle est le contraire d'un service bureaucratique. Le médiateur se réfère à des valeurs. Celles-ci sont inscrites dans des « chartes » : charte des médiateurs de services au public, charte de la Commission de la médiation de la consommation, et même, à présent, dans des directives et règlements européens. Ces valeurs de référence inspirent en permanence mon action et d'ailleurs la médiation SNCF fait partie des premières médiations référencées, labellisées par la CMC. Mais les valeurs ne sont pas des normes. La pratique de l'équité ne saurait se réduire à l'application mécanique de règles. Et il convient à mon sens que les

médiations ne soient pas structurées selon un modèle unique, il faut admettre une certaine diversité, une certaine souplesse dans leur organisation. Je le constate au Club des médiateurs de services au public où je côtoie des collègues relevant d'organisations très diverses : médiations de grands ministères, médiations d'établissements publics et d'autorités administratives, médiations sectorielles, médiations d'entreprises... Mais ce qui nous réunit est beaucoup plus important que ce qui nous sépare. Ce qui nous réunit ce sont les valeurs de notre charte commune : indépendance, impartialité, écoute et respect, gratuité, confidentialité, rapidité... Nous y sommes tous passionnément attachés. La médiation c'est avant tout cet état d'esprit, fondé sur ces valeurs.