

A 75 ans la SNCF continue de grandir et à subir les critiques de ses clients

Écrit par jocelyne.hubert@finances.gouv.fr (Jocelyne Hubert)
Lundi, 29 Octobre 2012 00:00 -

"Deuxième compagnie ferroviaire au monde, la SNCF fête officiellement ses 75 ans mardi dans un contexte de crise où elle parvient à croître et à se transformer tout en faisant face à l'arrivée progressive de la concurrence et... au mécontentement croissant des voyageurs.

"Comment transformer une crise en occasion de progrès, bref apprendre de nos difficultés: c'est devenu la marque de fabrique de l'entreprise", déclarait en septembre le PDG de la compagnie ferroviaire, Guillaume Pepy, à l'issue d'un séminaire de presse.

A l'appui de son propos, il avait détaillé le bilan des cinq années écoulées pendant lesquelles le groupe a vu son chiffre d'affaires progresser de 44% tout en stabilisant sa dette autour de 8,5 milliards d'euros.

Toujours au chapitre des bons points, la SNCF est parvenue à conforter sa position de leader sur différents marchés : la grande vitesse, dont elle détient 50% du marché en Europe, l'ingénierie avec le groupe Systra, 2e mondial du secteur, ou encore les transports du quotidien via sa florissante filiale Keolis.

Le groupe a aussi poursuivi son internationalisation pour réaliser désormais près du quart de ses ventes à l'étranger, l'objectif étant d'atteindre 30% en 2015.

Mais les chiffres ne disent pas tout de l'entreprise qui a aussi vu, dans le même temps, le nombre des usagers mécontents augmenter, selon une enquête du magazine Que Choisir de novembre. Retards, ponctualité, tarifs, restauration, propreté à bord des trains... sont critiqués par les voyageurs.

Guillaume Pepy invoque le fait que le réseau supporte un nombre croissant de passagers alors même qu'a été engagé un gigantesque programme de rénovation sur les voies.

Il avance aussi ses chiffres, via une enquête Ifop réalisée en 2011 pour la ministère des Transports, qui montre que 77% des Français sont satisfaits des services de la SNCF. "Mais cela se lit évidemment dans le sens où 23% ne sont pas satisfaits", concède-t-il.

Dans le détail toutefois, des disparités sont notables entre les voyageurs occasionnels et ceux qui utilisent le train tous les jours, dont le mécontentement est plus prononcé.

Consciente de cette dégradation, l'entreprise, qui a longtemps joué la carte du tout-TGV, a radicalement changé sa stratégie depuis cinq ans. Priorité est désormais donnée aux trains du quotidien et à l'Ile-de-France, région où les difficultés sont les plus aiguës.

"La remise à niveau des transports de la vie quotidienne répond à la question que 100% des clients nous pose: pourquoi tout n'est pas comme le TGV?", résume Guillaume Pepy.

Le dirigeant reconnaît que l'entreprise n'a pas bien réussi à faire connaître l'ensemble de ses offres (tarifs Prem's, tarifs sociaux ou offerts par les régions) et qu'il s'agit là d'un chantier à venir.

A 75 ans la SNCF continue de grandir et à subir les critiques de ses clients

Écrit par jocelyne.hubert@finances.gouv.fr (Jocelyne Hubert)

Lundi, 29 Octobre 2012 00:00 -

Pour reconquérir ses clients, et en attirer de nouveaux, la SNCF s'est aussi engagée à baisser ses prix grâce à une politique ambitieuse de réduction des coûts.

Une nouvelle étape qui, selon son patron, sera d'autant plus efficace que la réforme du système ferroviaire que l'Etat s'apprête à lancer "aura permis de remettre les choses à l'endroit". En clair, la SNCF souhaite que le gouvernement lui confie la maîtrise des rails, aujourd'hui gérés par Réseau ferré de France (RFF).

Sans attendre, elle prévoit de refondre sa gamme d'offres avec notamment le lancement de produits "Eco". Dans un mois devrait être dévoilée la première rame de TGV low-cost, rebaptisé "TGV éco", dont le démarrage commercial est prévu pour le premier semestre 2013 et qui proposera, chaque année, un million de places à moins de 25 euros sur l'axe Paris-Lyon-Marseille-Montpellier.

Poursuivant sa mutation en groupe multimodal, la SNCF a lancé cet été sa nouvelle offre de transport par autocars longue distance baptisée iDBUS. Elle peut aussi compter sur Keolis, sa filiale spécialisée dans les transports publics urbains pour faire face à l'arrivée de la concurrence sur le transport régional de voyageurs, voulue par Bruxelles au plus tard pour 2019".

Consultez la source sur Veille info tourisme: [A 75 ans la SNCF continue de grandir et à subir les critiques de ses clients](#)