

# Quelques figures d'usagers de la SNCF

Alexandre Largier

DANS **INFORMATIONS SOCIALES 2010/2 n° 158** , PAGES 122 À 129  
ÉDITIONS **CAISSE NATIONALE D'ALLOCATIONS FAMILIALES**

ISSN 0046-9459

DOI 10.3917/inso.158.0122

Date de mise en ligne : 18/05/2010

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-informations-sociales-2010-2-page-122?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...  
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



**Distribution électronique Cairn.info pour Caisse nationale d'allocations familiales.**

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur [cairn.info/copyright](http://cairn.info/copyright).

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

# Quelques figures d'usagers de la SNCF

Alexandre Largier – sociologue



*Tous les utilisateurs de l'espace ferroviaire ne sont pas des voyageurs, comme le montrent des recherches menées par la Direction de l'innovation et de la recherche de la SNCF : le client côtoie l'utilisateur insécurisé, délinquant ou errant. L'amélioration de l'offre de service doit répondre aux besoins de tous, notamment en tenant compte des pratiques qu'ils partagent comme se renseigner, voyager et aussi s'abriter, se restaurer...*

La Société nationale des chemins de fer de France (SNCF) est un Établissement public industriel et commercial (Épic) qui exerce à la fois des missions de service public (exploitation et maintenance du réseau ferré, transports de la vie quotidienne comme le TER ou le Transilien et tarifs sociaux, tels ceux pour les familles nombreuses) et développe des activités commerciales. La SNCF a placé « l'utilisateur » ou « le client » au centre de sa politique (Beauquier, 2007), comme de très nombreuses organisations, et un grand nombre d'évolutions et de réformes sont aujourd'hui conduites « au nom du client » ou de l'utilisateur (Lévy, 2002).

Les points de vue des usagers sont recueillis et traités de multiples manières à la SNCF. Par exemple, chaque branche de l'entreprise dispose de ses propres moyens pour appréhender « la satisfaction » ou « les réclamations » des clients et des usagers. Les questionnaires, enquêtes et indicateurs de gestion sont nombreux et variés, à l'image même des utilisateurs. Ces mesures régulières permettent de comparer les indicateurs de satisfaction obtenus d'une année sur l'autre. Notre objectif est de présenter les figures de l'utilisateur telles qu'elles apparaissent à travers les recherches menées par l'unité Sciences humaines et sociales au sein de la Direction de l'innovation et de la recherche. La notion de « figures » permet de rendre compte des représentations en désignant une caractéristique, une qualité de l'utilisateur, par un nom utile dans la construction d'une réalité. Si l'utilisateur a pu être désigné comme une des

figures du client, celle du bénéficiaire qui consomme le bien ou la prestation (Abramovici et Suquet, 2006), certaines des recherches réalisées au sein de la Direction de l'innovation et de la recherche conduisent à faire des clients des figures particulières de l'usager. Le fait que certains usagers de la SNCF et de ses « emprises » ne fassent que traverser les gares, accompagnent des proches, viennent faire des courses, chercher des informations, s'y abritent, voire y séjournent plus ou moins longtemps et ne s'inscrivent pas dans une relation commerciale nous empêche de les considérer comme des clients.

“ (...) il existe de nombreuses figures de l'usager. ”

Nous allons voir qu'il existe de nombreuses figures de l'usager. Ce dernier, à l'instar du client, a des « *identités multiples et polymorphes* » (Cochoy, 2002b, p. 358) qui renvoient à différents enjeux pour l'entreprise et qui portent la trace des évolutions que celle-ci connaît actuellement. Certaines études font apparaître les variations de cette figure : bénéficiaire d'une prestation qu'il paye, voyageur perturbé en quête d'information (Borzeix, 2001) ou bien élément perturbant qui nécessite le déploiement de compétences particulières pour traiter ses demandes complexes. Nous montrerons enfin en quoi la Direction de l'innovation et de la recherche se trouve dans une position particulière, celle de « passeur », au sein de la SNCF.

### L'usager-client

L'usager-client est une figure de l'usager très présente dans les recherches menées au sein de la Direction de l'innovation et de la recherche.

La figure de l'usager-client, consommateur et payeur d'une prestation de service, est particulièrement prégnante à travers les travaux relatifs au confort des voyageurs. À titre d'illustration, la thèse en linguistique de Gaëlle Delepaut (2007) se fonde sur une enquête menée auprès de plus de six cents voyageurs de la SNCF selon des modalités diverses. Des analyses ont été effectuées afin d'identifier les dimensions cognitives impliquées dans le « confort en train » pour les passagers. Cette recherche a permis de développer une méthode d'identification des propriétés plus ou moins typiques du confort en train.

“ La figure de l'usager-client, consommateur et payeur d'une prestation de service, est particulièrement prégnante à travers les travaux relatifs au confort des voyageurs. ”

D'autres recherches ont fait émerger une déclinaison de la figure de l'usager-client, l'usager « en quête » qui renvoie à l'usager-voyageur, interlocuteur des agents d'accueil, parfois désorienté ou habitué à la recherche d'informations ciblées concernant les multiples aléas mineurs relatifs à son trajet (Borzeix, 2001). Une recherche réalisée dans quatre régions a mis en évidence, entre autres, l'évolution importante des compétences de contact nécessaires au travail de relation avec les usagers-clients (1). Par exemple, il existe une compétence de maîtrise de l'espace qui nécessite un apprentissage de la

signification des lieux (quais, rames, files, postes de travail, etc.), des circulations contraintes, des flux dans lesquels les agents doivent insérer au mieux leurs activités. La maîtrise de l'espace et de la manière de l'occuper concerne tous les métiers en contact avec l'utilisateur-client. De même, les agents dont le poste de travail se déplace au gré des flux de voyageurs développent une maîtrise des temps. Les agents doivent prendre en compte les flux prévisionnels de trains ou les gares desservies, puis ajuster leurs activités en conséquence. Cette compétence requiert une bonne connaissance des horaires et des habitudes des clients. Elle permet aux agents d'anticiper leurs activités au contact, mais aussi de mener à bien des activités de préparation de la relation de service ou des activités administratives.

Un autre exemple de compétences concerne la capacité à gérer les conflits avec les clients, qui relève de la combinaison de procédures apprises en formation et de compétences individuelles et collectives acquises au fil du temps. Saisir les informations, les interpréter et les traduire pour ensuite entrer en négociation en fonction des caractéristiques du cadre de participation et des acteurs présents, qu'ils soient des *ratified participants* ou des *bystanders* <sup>(2)</sup> (Goffman, 1987).

### L'utilisateur insécurisé

Depuis la fin des années 1980, on assiste à une forte augmentation des violences contre les institutions, c'est-à-dire d'actes de vandalisme contre les biens publics, et différentes formes d'irrespect ou d'agression envers les personnes représentant les institutions publiques (Roché, 2002). Ces

“ (...) l'espace ferroviaire est exposé à des incivilités et à la délinquance en raison de son accessibilité mais aussi du fait qu'il incarne une institution. ”

comportements engendrent un sentiment d'insécurité, lié à ce qui est perçu comme une absence de maîtrise de l'espace par l'autorité gestionnaire. Les enquêtes de l'Insee sur les conditions de vie des ménages consacrées plus spécifiquement à

l'environnement, aux nuisances et à l'insécurité <sup>(3)</sup> montrent que, si la délinquance est naturellement à l'origine du sentiment d'insécurité, celui-ci ne reflète que très partiellement l'insécurité effective <sup>(4)</sup>. Par ailleurs, les enquêtes de victimation (Lagrange *et al.*, 2004) qui s'attachent à recenser les atteintes physiques à la personne ou aux biens, que celles-ci aient été ou non l'objet d'enregistrement, mettent en évidence la nécessité, pour analyser les phénomènes de violences, d'utiliser avec prudence les « données objectives » produites et de prendre en compte la dimension subjective du phénomène. Dans ce contexte, l'espace ferroviaire est exposé à des incivilités et à la délinquance en raison de son accessibilité mais aussi du fait qu'il incarne une institution. La fraude, le vandalisme, les menaces et les agressions entravent l'exploitation des réseaux, voire nuisent directement aux personnes. Même si leur nombre est faible, ces actes sont en augmentation ; ils sont préjudiciables

à l'image du transport public et représentent une source de stress pour le personnel et les usagers. La SNCF s'intéresse à la fois aux actes qui portent atteinte à la tranquillité des agents et des usagers, et au sentiment d'insécurité dans les trains et les gares qui peuvent être un frein au développement de l'activité commerciale de l'entreprise auprès d'une partie de la clientèle.

Une recherche a mis en évidence des taux de sentiment d'insécurité très différents variant de 2 % à plus de 25 % sur certaines lignes (5). Les attentes évoluent elles aussi d'une ligne à l'autre. Le sentiment de sécurité est plus marqué dans les trains fréquentés régulièrement et fréquemment que dans les transports publics en général. La nature des demandes met en évidence une forte proximité entre les notions de confort et de sécurité. La propreté comme la ponctualité sont des signes de maîtrise de la situation par la SNCF. La maîtrise visible de l'espace ferroviaire et le respect par la SNCF du contrat qui la lie à ses usagers (propreté, information, respect des horaires) participent à la diminution du sentiment d'insécurité.

### L'usager délinquant

Certaines études font apparaître une figure particulière de l'usager : celle du délinquant. Dans un contexte où l'insécurité est une préoccupation largement partagée (Wievorka, 2002), la SNCF s'intéresse de plus en plus à l'insécurité et au sentiment d'insécurité. À ce titre, le poids de la Surveillance générale (Suge) de la SNCF, service interne de sûreté, a doublé dans la première moitié des années 1990. De plus, l'entreprise a fait évoluer les missions de ces agents de la répression vers la protection. L'objectif est de rassurer et les agents, plus présents et plus visibles, développent, au travers du port de l'uniforme devenu obligatoire, des attitudes et des compétences nouvelles. La prise en compte dans le métier de l'usager qu'il s'agit de sécuriser et de rassurer entraîne des évolutions visibles à travers les formations tant vis-à-vis de la sûreté (pour homogénéiser les « nouvelles » pratiques) que vis-à-vis des compétences relatives aux relations de service.

Tout comme les policiers, les agents de la Suge catégorisent les usagers (il y a les bons clients et les délinquants, l'appartenance à une catégorie étant mouvante), ce qui leur permet de légitimer l'activité au-delà des changements organisationnels et des évolutions des usagers (Boussard *et al.*, 2006). Les évolutions du positionnement des agents de la Suge s'observent aussi au niveau de l'identité socioprofessionnelle qui, déjà partagée entre des identités de policier et de cheminot (6), doit incorporer une dimension relative à la relation de service, ce qui peut contrarier la construction identitaire. En effet, la relation de service va de pair avec des représentations ou des normes qui peuvent être difficilement compatibles, voire contradictoires, avec celles en vigueur au sein du métier. De plus, les recouvrements de rôles avec d'autres catégories d'agents – commerciaux, agents d'accueil, contrôleurs... – ne sont pas sans poser question.

## L'usager errant

L'usager dont il est question ici est présent dans les gares, pour une durée plus ou moins longue, pour s'y abriter ou y trouver de quoi subsister. Crise économique et chômage ont favorisé le développement de l'errance. La gare, en tant qu'espace public protégé, offre une série de commodités qui en fait

“ La gare, en tant qu'espace public protégé, offre une série de commodités qui en fait une alternative aux lieux d'asile institutionnels. ”

une alternative aux lieux d'asile institutionnels. L'attraction qu'elle exerce auprès des errants est renforcée par la présence de structures d'accueil et d'assistance installées à sa périphérie. Caractérisée par le flux de passants qui peuvent être sollicités, la gare

est encore un espace de transactions privilégié, propre à attirer et concentrer toutes les typologies d'errance (7).

Face à ce phénomène, la SNCF a réalisé une étude (8) qui visait à apporter des réponses pour atteindre le double objectif d'assistance et de médiation. Les errants, usagers des espaces publics ouverts et protégés que sont les gares, interagissent avec l'usager client. Dans cette relation, à l'instar de ce qui se joue entre policiers et usagers (Boussard *et al.*, 2006), répondre aux attentes d'une catégorie d'usagers revient parfois à en léser une autre. La manière de traiter cette situation n'est pas uniforme et « *savoir quel groupe traite avec quel usager est primordial dans la compréhension de la segmentation professionnelle* » (Boussard *et al.*, 2006, p. 223).

Cette étude met en évidence un phénomène avant tout masculin qui touche toutes les tranches d'âge. La très grande majorité de ces errants n'a pas ou peu de bagages. La plupart des errants en gare recherchent des moyens de

“ La plupart des errants en gare recherchent des moyens de subsister (...) et, pour une partie de ces usagers, la gare est un centre administratif où ils peuvent effectuer des démarches relatives à leur vie domestique (...). ”

subsister (de l'argent, de la nourriture, de la chaleur, des toilettes, etc.) et, pour une partie de ces usagers, la gare est un centre administratif où ils peuvent effectuer des démarches relatives à leur vie domestique (photocopies, règlement de factures, téléphone...). Si la gare est un lieu de socialité, d'échanges, de retrouvailles, elle

n'est bien souvent qu'une étape dans un parcours quotidien dont les autres lieux clés sont l'habitat précaire (certains disposent d'un logement privatif) et le restaurant solidaire. La figure de l'usager errant est elle-même protéiforme : du « clochard » nettement désocialisé à l'itinérant sans bagage, actif, ouvert à l'échange, la gare est le lieu de multiples attentes.

\*\*\*

La multiplication des figures de l'usager interroge l'intérêt qu'il peut y avoir « à les distinguer, mais aussi à les rapprocher pour identifier leurs points communs et leurs modes d'action » (Cochoy, 2002a). Il est évident qu'une meilleure connaissance

des usagers permet de réaliser les nombreux ajustements nécessaires à la construction d'une relation de service qui s'ancre profondément dans l'épaisseur de l'organisation. Néanmoins, au sein de l'organisation, « *les différents services qui entendent parler du client ne redécoupent guère leurs frontières respectives et les rôles assignés par la division fonctionnelle du travail se révèlent assez rigides. Dès lors chacun voit le client à partir du rôle qu'il est censé remplir et qui constitue un point de vue particulier* » (Bercot et de Coninck, 2005, p. 46). Mieux cerner ces figures peut permettre de dépasser les cloisonnements organisationnels.

Dire qui est l'utilisateur, c'est dire ce qu'il convient de faire face à lui (Ughetto, 2002), c'est adapter les ressources adéquates au traitement des demandes spécifiques. En ce sens, la Direction de l'innovation et de la recherche, de par son positionnement, a un rôle de passeur dans l'entreprise. Il s'agit d'un des rares lieux au sein de l'entreprise où s'entrelacent les différentes figures de

l'utilisateur. Les recherches évoquées ici soulignent l'intérêt qu'il y a à appréhender les utilisateurs, non pas uniquement comme des segments de clientèle partageant des caractéristiques sociodémographiques ou des

pratiques de consommation, mais comme des individus réunis autour d'activités (se renseigner, voyager, s'abriter, etc.). À l'instar d'Annie Borzeix, nous estimons que les utilisateurs contribuent « *à équiper l'offre de service, à la définir, la "coproduire", la réajuster ; à évaluer la qualité, la pertinence, l'accessibilité ; à signaler les pannes, les dysfonctionnements, les anomalies, bref, à moderniser "par en bas" le service public. Et la liste de leurs fonctions est loin d'être close, tant les usages de l'utilisateur, les siens en tant que citoyen et ceux qu'on fait de lui ou en son nom, sont multiples* » (Borzeix, 2000, p. 24). De ce fait, l'identification des multiples figures de l'utilisateur ne peut qu'affiner cette coproduction de l'offre de service.

Enfin, il est intéressant de noter que la plupart des études réalisées montrent à quel point, pour les agents, les compétences nécessaires à la relation avec les utilisateurs sont cruciales et multiples. Qu'elles s'acquièrent de manière informelle, au contact ou via un processus de professionnalisation mis en place par l'entreprise, la prise en compte des figures de l'utilisateur va de pair avec le développement de compétences individuelles et collectives qui s'articulent à travers la « chaîne de service » (Bruch et Delmas, 2005).

“ (...) pour les agents, les compétences nécessaires à la relation avec les utilisateurs sont cruciales et multiples. ”

## Notes

1 - Durand J.-P. et al., 2006, « L'évolution des métiers en contact avec la clientèle "transport public" de la SNCF », rapport Centre Pierre Naville-SNCF.

2 - Les « *ratified participants* » font partie d'un groupe conversationnel donné et sont concernés par le message ; les « *bystanders* » ne sont que témoins ou spectateurs d'une conversation à laquelle ils ne prennent pas directement part.

- 3 - Le Jeannic T. et Vidalenc J., 2005, « Environnement, nuisances et insécurité – Indicateurs sociaux 1996-2004 », *Insee Résultats Société* n° 45.
- 4 - De même, selon Michel Wieviorka, il convient de différencier « l'insécurité » qui renvoie à la violence objective et « le sentiment d'insécurité » qui renvoie à la violence subjective liée, chez la plupart des gens, à l'incertitude du lendemain (Wieviorka M., 2002).
- 5 - SNCF, 2007, « *Sécurité et insécurité dans les espaces ferroviaires. Représentations et réalité* », Recherche N° E04923, Direction de la Sécurité / Direction I & R.
- 6 - L'appartenance à ces formes identitaires étant assez variable en fonction de la génération et du parcours professionnel : les agents expérimentés de la Suge ont souvent eu d'autres expériences professionnelles au sein de la SNCF et de ce fait disent incarner une identité cheminote que les plus jeunes ne partageraient pas.
- 7 - La question de la définition de l'errance ou de l'itinérance et des critères qui circonscrivent le phénomène est abondamment abordée dans la littérature (Fournier et Mercier, 1996) : « *Nous ne disposons pas d'une définition claire, exclusive, opérationnelle et faisant l'objet de consensus de l'itinérance* » (Labege et Roy, 1994, p. 94). La définition de l'errance retenue dans le cadre de cette étude est relativement étendue : sont considérés comme des errants des personnes en situation de précarité plus ou moins grande, inscrites dans un processus d'exclusion, de marginalisation.
- 8 - *Étude sur l'itinérance et l'errance en gare*, Cabinet Meaning et Université Paris 5, 2007.

## Bibliographie

- Abramovici M. et Suquet J.-B., 2006, « **La figure du client au service de la gestion des risques. Le cas des services industrialisés de masse** », colloque « Lambda Mu 15 », Grand Palais, Lille, 10-12 octobre.
- Beauquier S., 2007, « **“Orientation client” et (in)civilité : le cas d'une ligne de transport public collectif** », *Lien social et Politiques*, n° 57, p. 115-124.
- Bercot R. et de Coninck F., 2005, « **L'éclatement problématique des figures du client dans la production de service** », in Bercot R. et de Coninck F. (dir.), *L'univers des services*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales ».
- Borzeix A., 2000, « **Relation de service et sociologie du travail – l'usager : une figure qui nous dérange ?** », *Cahiers du genre*, n° 28, p. 19-48 ; 2001, « **L'information-voyageurs en Gare du Nord** », in Borzeix A. et Fraenkel B. (dir.), *Langage et travail. Communication, cognition, action*, p. 203-230, Paris, CNRS Éditions, coll. « Communication ».
- Boussard V., Loriol M. et Caroly S., 2006, « **Catégorisation des usagers et rhétorique professionnelle. Le cas des policiers sur la voie publique** », *Sociologie du travail*, vol. 48, n° 2, p. 209-225.
- Bruch V. et Delmas J., 2005, « **Diversité des services et de leurs modèles d'organisation** », in Bercot R. et de Coninck F. (dir.), *L'univers des services*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales ».
- Cochoy F., 2002a, « **Figures du client, leçons du marché** », *Sciences de la société*, n° 56, p. 3-23 ; 2002b, « **Une petite histoire du client, ou la progressive normalisation du marché et de l'organisation** », *Sociologie du travail*, n° 44, p. 357-380.

- Delepaut G., 2007, « **Contribution de la linguistique cognitive à l'identification du confort : analyse des discours des passagers sur le confort en train** », thèse de doctorat en sciences du langage, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle - École coctorale 268 : Langage et Langues.
- Durand J.-P., Mispelblom-Beyer F., Pichon A. et Sebag J., 2006, « **L'évolution des métiers en contact avec la clientèle "transport public" de la SNCF** », rapport interne SNCF, Direction de l'innovation et de la recherche.
- Fournier L. et Mercier C. (dir.), 1996, *Sans domicile fixe : au-delà du stéréotype*, Montréal, éd. du Méridien.
- Goffman E., 1987, *Façons de parler*, Paris, éd. de Minuit, coll. « Le sens commun ».
- Laberge D. et Roy S., 1994, « **Interroger l'itinérance : stratégies et débats de recherches** », *Cahiers de recherche sociologique*, n° 22, p. 93-112.
- Lagrange H., Robert P., Zauberman R. et Pottier M.-L., 2004, « **Enquêtes de victimation et statistiques de police : les difficultés d'une comparaison** », *Déviance et société*, vol. 28, n° 3, p. 285-316.
- Le Jeannic T. et Vidalenc J., 2005, « **Environnement, nuisances et insécurité – Indicateurs sociaux 1996-2004** », *Insee Résultats*, n° 45.
- Lévy E., 2002, « **L'usager est-il soluble dans l'organisation ?** », *Sciences de la société*, n° 56, p. 187-202.
- Roché S., 2002, *Tolérance zéro ? Incivilités et insécurité*, Paris, Odile Jacob.
- SNCF, 2007, « **Sécurité et insécurité dans les espaces ferroviaires. Représentations et réalité** », recherche n° E04923, Direction de la Sûreté / Direction de l'Innovation et de la Recherche.
- Ughetto P., 2002, « **Figures du client, figures du prestataire** », *Sciences de la société*, n° 56, p. 99-113.
- Wieviorka M., 1999, *Violence en France*, Paris, Le Seuil, coll. « Épreuve des faits » ; 2002, « **Le sociologue et l'insécurité** », *Sociologie du travail*, n° 44, p. 557-569.