

LRAR

Monsieur le Président Directeur Général
Guillaume PEPY
SNCF
2 Place aux Etoiles
93200 SAINT-DENIS

Paris, le 21 mars 2018

Objet :

« taxi » activité réglementée et pratiques commerciales trompeuses

Monsieur le Président Directeur Général,

Je suis alerté tant par des usagers de la SNCF que par des adhérents de l'UNT sur la campagne de publicité que la SNCF fait tant à bord de ses trains que sur BFM TV pour inciter ses clients à utiliser des VTC, tout en utilisant le mot taxi.

Or, conformément à [l'article L3121-1 du code des transports](#), l'appellation taxi est réservée aux véhicules automobiles bénéficiant d'une autorisation de stationnement et munis des équipements spéciaux du taxi (taximètre, lumineux et plaque scellée).

[L'article 433-17 du code pénal](#) prohibe « l'usage, sans droit, d'un titre attaché à une profession réglementée par l'autorité publique ou d'un diplôme officiel ou d'une qualité dont les conditions d'attribution sont fixées par l'autorité publique ». La sanction posée par cet article est de un an d'emprisonnement et de 15 000 €.

Le 4 avril 2013, le ministère de l'intérieur a confirmé l'interdiction de l'emploi du terme « taxi » par les entreprises assurant du transport de personnes par véhicules motorisés à deux ou trois roues : « seuls les conducteurs, titulaires de la carte professionnelle de conducteur de taxi, et les exploitants, titulaires d'une ou de plusieurs autorisations de stationnement, peuvent se prévaloir du terme taxi ».

L'Union Nationale des Taxis estime que cette publicité est de nature à provoquer une confusion dans l'esprit des consommateurs et surtout de porter atteinte à l'image de la profession d'artisan-taxi.

IL s'agit bien d'une « pratique commerciale trompeuse au sens de l'article L.121-1 du Code de la Consommation :

« Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent ;

2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;

b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ;

c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;

d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;

e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ;

f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;

g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur ;

La SNCF, en tant qu'entreprise publique, doit plébisciter et proposer tous les moyens de transport à ses clients, en évitant toute confusion possible entre TAXIS et VTC, et s'engager à ne plus privilégier les VTC.

En espérant que vous tiendrez compte de ce qui précède,

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président Directeur Général, l'expression de ma parfaite considération.

Le Président
Rachid BOUDJEMA