

MÉTIER

JEAN-PIERRE HERVÉ, médiateur du groupe GDF SUEZ

« La médiation développe, dans l'ensemble du groupe, la priorité à donner au règlement amiable des litiges comme alternative crédible au recours à la justice »



© GDF SUEZ

Quelle est la spécificité d'un médiateur d'entreprise, en particulier du groupe GDF SUEZ ?

Nous fêtons cette année les quinze ans de la médiation de GDF SUEZ. Juste avant ma nomination au 1^{er} juillet 2014, Gérard Mestrallet, président du groupe, a rappelé, devant des associations de consommateurs, son attachement à la médiation : elle contribue à répondre à l'ambition plus large du groupe d'être un acteur responsable dans un environnement en grande mutation. En effet, la généralisation de la médiation au sein du groupe constitue l'une des réponses sociétales aux transformations de la vie quotidienne, dans de nombreux pays, sous des formes variées. Et le groupe GDF SUEZ est présent dans plus de soixante-dix pays. La médiation du groupe est donc au service de la satisfaction de ses clients, particuliers, professionnels, entreprises, collectivités, ou autres diverses organisations, dans les différents pays où il est présent. Elle développe, dans l'ensemble du groupe, la priorité à donner au règlement amiable des litiges comme alternative crédible au recours à la justice. Ses objectifs nombreux sont les suivants.

- Traiter, en dernier recours amiable interne, et en toute indépendance, tous les litiges non résolus issus des activités du groupe GDF SUEZ.
- Généraliser pour cela, dans les différents pays où nous sommes présents, une démarche de médiation, qui doit s'organiser en fonction des choix politiques et des contraintes

organisationnelles internes locales (au sens pays) et en fonction des cadres réglementaires rencontrés. En France, la médiation du groupe assure également la médiation opérationnelle pour le compte des différentes directions et branches présentes sur le territoire. La médiation du groupe reçoit des sollicitations d'origines très diverses : métiers (énergies, services, environnement, achats...) et pays.

- Elle a aussi le rôle d'émettre des recommandations, à partir des litiges qu'elle a pu rencontrer, afin d'améliorer les procédures mises en œuvre par les directions opérationnelles.
- Elle contribue enfin à l'amélioration des relations du groupe avec son environnement, en étant force de proposition en matière de processus client, de traitement des réclamations et des litiges, et échange régulièrement avec les parties prenantes, en particulier avec les associations de consommateurs.

La médiation du groupe GDF SUEZ publie chaque année en toute indépendance son rapport d'activité, conformément à sa charte, et à celle de la commission de la médiation de la consommation (www.gdfsuez.com/mediateur). Notons enfin que la médiation du groupe GDF SUEZ telle que décrit précédemment a, en France, été référencée le 15 mars 2012 par la commission de la médiation de la consommation (CMC) créée par les pouvoirs publics.

Quelle est la typologie des litiges auxquels vous êtes confronté ?

Dans le secteur de l'énergie, 90 % des sollicitations reçues sont liées à la facturation. Elles peuvent concerner quelquefois le seul fournisseur, mais souvent, les cas rencontrés sont des litiges liés à des questions techniques impactant le niveau de consommation, comme des dysfonctionnements de compteurs, la contestation d'index relevés ou estimés, les changements de compteurs, etc. Notons que nous voyons par ailleurs de plus en plus de situations liées à des clients en situation de précarité, ou des clients qui ont résilié leur contrat mais qui garde une dette chez leur ex-fournisseur. Enfin, nous rencontrons depuis ces dernières années des litiges liés au fait que les clients qui ont fait des travaux de rénovation ne retrouvent pas les gains de consommation d'énergie sur leur facture et se sentent trompés par la non-garantie de la rentabilité des travaux réalisés. La médiation traite aussi des litiges des fournisseurs, des entreprises. Un certain nombre de sollicitations viennent également de problèmes dans la relation client ou commerciale, même si les progrès importants réalisés par les fournisseurs ces dernières années dans ce domaine en limitent aujourd'hui le nombre. Enfin, d'autres litiges viennent d'autres secteurs que l'énergie, ou d'autres pays que la France.

Quels sont les axes de travail et les objectifs à atteindre en 2014 ?

Ils sont exposés dans le rapport annuel de l'année 2013, que je reprends à mon compte. Les grands axes de mon action sur l'année 2014 et 2015 porteront prioritairement sur les points suivants.

- Renforcer au sein de chaque direction commerciale du groupe l'information des clients sur l'existence d'une entité de médiation mise en place par GDF SUEZ : cela donne en effet une chance au groupe, en dernier recours interne, de pouvoir « récupérer » des situations d'insatisfaction, à travers une démarche impartiale, confidentielle, personnalisée, structurée, équitable, conformément aux orientations voulues par la présidence du groupe. Si cette information a été mise en place avec beaucoup d'efficacité en France, en particulier chez le commercialisateur DolceVita, d'autres entités commerciales ont prévu dans leur plan d'actions la mise en place d'une information (par exemple, une clause l'indiquant dans les contrats – plan d'actions E & C, ou le plan d'actions de la direction des achats du groupe, etc.).
- Participer à la déclinaison de la directive européenne dite « ADR » (*alternative dispute resolution for consumers*), qui obligera tous fournisseurs d'offres, de services, à l'information évoquée ci-avant auprès de leurs clients, et à respecter les critères d'indépendance, d'impartialité, des médiations ou des systèmes de médiation qui existent ou qui seront mis en place dans les différents pays où GDF SUEZ est présent. Ce nouveau texte qui devrait être décliné en France en 2015, concrétise la volonté de l'Europe et de la France de garantir aux consommateurs une résolution rapide, amiable

et peu onéreuse de leur litige.

- Participer aux démarches de progrès mises en place par les différentes directions opérationnelles du groupe, afin de proposer, d'implémenter, voire de faire évoluer les recommandations formulées au sein du rapport annuel.
- Enfin, informer les parties prenantes, et en particulier les associations de consommateurs, des démarches de progrès engagées et des orientations proposées.

Dès la fin 2015, les premiers compteurs Gazpar seront installés dans vingt-quatre villes pionnières, puis le déploiement sur l'ensemble de territoire sera lancé en 2017. Quelles répercussions aura l'arrivée de Gazpar sur votre activité ?

L'impact de l'arrivée des compteurs Gazpar, comme ceux en électricité d'ailleurs, sera très important. En effet, nous attendons avant tout une plus grande fiabilité des relèves d'une part, et donc certainement moins de réclamations liées à la facturation, quand elles sont d'origine technique ; d'autre part, une fréquence de relève plus élevée devrait permettre aux clients de mieux comprendre, donc mieux maîtriser la gestion de leurs consommations d'énergie. Aussi, au-delà de la mise en place desdits compteurs, les services qui seront proposés en accompagnement seront déterminants dans la qualité de la relation clients de demain. Naturellement, d'autres anomalies pourraient apparaître (liées à des problèmes de transmission par exemple, ou à des attentes particulières des clients, etc.) et des processus nouveaux liés à ces compteurs et aux offres nouvelles associées, exploitant toutes les capacités des nouveaux outils, émergeront, et pourraient apporter leurs lots de difficultés nouvelles. Mais je suis convaincu qu'à terme, les avantages l'emporteront.

Il reste que le devoir d'information, d'explication, de traitement des réclamations et en derniers recours de traitement amiable des litiges restera toujours présent, je l'espère en diminution, car parallèlement à ces évolutions technologiques, il ne faut pas oublier que l'exigence des consommateurs, des clients, de mieux en mieux informés, augmente également. Ils espèrent en particulier, grâce aux compteurs, une meilleure maîtrise de leur consommation et une aide permettant de rentabiliser de façon « garantie » les travaux d'amélioration de leur habitat.

Vous intervenez pour toutes les activités de GDF SUEZ, pas seulement le gaz. Les sujets que vous avez à traiter sont-ils différents d'un métier à l'autre ?

Si la nature des litiges est évidemment différente, tout comme le contenu technique ou la nature des liens contractuels, la démarche de médiation reste la même. Celle mise en place par GDF SUEZ présente l'avantage d'être très structurée, adaptable à diverses situations et respectant des principes de fonctionnement reconnus à l'externe, tels que :

- une charte de médiation transmise aux requérants, présentant les valeurs qui donnent le sens de l'action du médiateur du groupe GDF SUEZ ;
- un positionnement dans l'entreprise qui apporte aux parties en présence les plus grandes garanties d'impartialité et d'indépendance ;
- un engagement à traiter en permanence toutes les parties d'une manière équitable, avec des échanges et des solutions de médiation qui restent confidentielles ;
- le développement d'une écoute et d'échanges dans le respect scrupuleux des personnes, et avec la volonté de rechercher des solutions amiables - la démarche consiste à établir, voire rétablir, avant tout démarrage d'une médiation, une situation de confiance ;
- et *in fine*, les parties restent libres de suivre ou non la solution proposée par le médiateur.

Ces engagements ont ainsi permis d'obtenir en 2013 un taux de réussite très satisfaisant (92 % des cas se sont traduits par des solutions acceptées et mises en œuvre). Cela démontre que la démarche permet de renouer les liens entre les clients et le groupe, sans avoir eu recours à la justice dans la grande majorité des cas !

Travaillez-vous en lien avec d'autres médiateurs d'entreprises en France? Qu'est-ce que cela apporte à votre activité? En quoi est-ce bénéfique?

La médiation du groupe GDF SUEZ a établi de nombreux liens avec les parties prenantes, en particulier avec d'autres médiateurs en France ou à l'étranger, dont ceux d'entreprises. Ces échanges peuvent être directs, sur des thèmes d'actualité nous concernant (par exemple la directive ADR, le respect des critères de médiation référencée, etc.) ou sur le partage des bonnes pratiques. La médiation de GDF SUEZ est aussi présente au sein du Club des médiateurs de services au public (CMSP), qui regroupe des médiateurs institutionnels de diverses organisations (dont les médiateurs d'entreprises). Notre implication dans ce club a permis à celui-ci de jouer un rôle actif dans les travaux préparant la directive ADR d'une part, puis préparant sa transposition en France d'autre part. Autre intérêt du club : le CMSP a organisé en 2013 au Conseil économique, social et environnemental un colloque intitulé « La médiation, la confiance d'abord, l'idée qui rassemble », durant lequel GDF SUEZ, par la voix d'Henri Ducre, a pu insister sur l'intérêt du couple gagnant service clients-médiation. Le club constitue donc également un lieu de promotion d'une médiation de qualité et d'un concept qui reste encore d'une grande modernité, innovant, au démarrage de sa généralisation en France.

En tant que médiateur du groupe GDF SUEZ, vous êtes membre de l'European Energy Ombudsman Group (EEOG). Quels sont les bénéfices concrets de ces échanges pour vos activités?

C'est un autre lieu d'échange, de partage de bonnes pratiques, de confrontation d'idées et aussi un dispositif per-

mettant la promotion de la médiation d'entreprise. L'EEOG, association créée en 2009 par les médiateurs d'Endesa et de GDF SUEZ, s'est en effet donné ces objectifs, pour les médiateurs des entreprises du secteur de l'énergie en Europe. Rappelons que l'association représente aujourd'hui sept pays et près de 100 millions de consommateurs. Le médiateur du groupe GDF SUEZ a été désigné porte-parole à Bruxelles de l'EEOG. Nos contacts réguliers avec les différents acteurs du domaine de l'énergie (opérateurs, associations de consommateurs, régulateurs, instances concernées de la Commission européenne) ont permis de faire entendre les solutions proposées par les entreprises d'énergie. Des travaux ont été engagés par ailleurs par l'association, comme par exemple le projet ZUC (*zero unsatisfied customer*), dont l'objectif est de comprendre les causes de l'insatisfaction des consommateurs en Europe lors des litiges et d'émettre des recommandations d'amélioration. Ainsi, les entreprises de l'EEOG partagent par exemple l'intérêt majeur de réaliser des enquêtes de satisfaction auprès des clients qui ont eu des litiges et ont fait appel à la médiation, ce critère étant essentiel dans l'appréciation de la performance des structures de médiation. ●

Propos recueillis par la rédaction de Gaz d'aujourd'hui

Jean-Pierre Hervé

Jean-Pierre Hervé a débuté sa carrière dans le groupe en 1986 en occupant différents postes à la direction production transport au sein de Gaz de France. Après avoir dirigé pendant trois ans la mission politique de la ville – solidarité pour EDF et Gaz de France de septembre 2001 à septembre 2004, Jean-Pierre Hervé est nommé directeur adjoint du programme commercialisateur de la direction commerciale de Gaz de France. En 2007, il devient directeur clients marchés professionnels de la *business unit* clients h@bitat et professionnels (CHP) de la branche énergie France, puis directeur des relations externes de cette même direction CHP, au sein de la branche énergie Europe. En devenant aujourd'hui médiateur du groupe GDF SUEZ, Jean-Pierre Hervé va pouvoir mettre sa connaissance du groupe et ses compétences en matière de relations avec les parties prenantes au service d'une activité transverse qui s'inscrit dans l'ambition du groupe d'être un acteur responsable dans un environnement en grande mutation. ●