

SNCF Connect : clap de fin pour l'arnaque au cashback ?

Paolo Garoscio

La SNCF avait été pointée du doigt pour une pratique légale... mais qui ne manquait pas de créer des problèmes. Les offres de cashback, mises en place avec un partenaire, ont été mal perçues par les voyageurs. Certains parlaient même d'arnaque, purement et simplement. La grogne montant... la SNCF a décidé de clore le sujet une fois pour toutes.

SNCF Connect : qu'étaient ces offres de cashback ?

Les offres de cashback étaient une initiative de la SNCF pour offrir des réductions à ses clients. **Après l'achat d'un billet sur la plateforme en ligne de la SNCF, une publicité apparaissait proposant un remboursement de 16,87 euros.** Cependant, ce pop-up redirigeait les utilisateurs vers un site commercial distinct de la SNCF, qui demandait un abonnement mensuel de 18 euros pour bénéficier de cette offre.

Et c'est justement dans cet abonnement que les internautes ont vu une arnaque. **Car recevoir du cashback en échange d'un abonnement mensuel, c'est un système étrange et rare.** Sans compter que ce n'était pas la SNCF, mais son partenaire, qui le proposait.

Pourquoi ces offres étaient-elles controversées ?

La principale préoccupation concernait la manière dont ces offres étaient présentées. Beaucoup ont considéré cette pratique comme trompeuse, car elle semblait offrir une réduction directe alors qu'en réalité, elle nécessitait un abonnement supplémentaire. Certains utilisateurs ont signalé ce système, **le considérant comme une possible arnaque.**

La confusion était d'autant plus grande que la SNCF est une entreprise de confiance pour de nombreux Français, **qui ne s'attendaient pas à être redirigés vers un site tiers après un achat.** « *Le cashback est une pratique légale et encadrée par la loi, très courante pour un e-commerçant et bien connue par les consommateurs* », a tenu à rappeler l'entreprise.

La décision de la SNCF : fin du cashback

La grogne aura toutefois eu raison du programme. Le 16 octobre 2023, la SNCF a décidé de mettre fin à cette collaboration avec WebLoyalty, la société derrière ces offres de cashback. « *Bien que ce service soit utilisé par une partie de nos clients depuis plusieurs années, nous avons décidé d'engager la fin de notre collaboration avec [Webloyalty](#)* », indique SNCF Connect. Webloyalty, de son côté, assure **[qu'il était possible d'économiser](#)** jusqu'à 6.000 euros par an en utilisant « *pleinement les avantages du programme* ».

Pour les voyageurs, **c'est la fin d'une offre qui aurait pu leur permettre d'économiser sur [leurs billets](#) mais c'est aussi moins de confusion et de malentendus lors de l'achat de billets en ligne.** La SNCF continuera probablement à chercher d'autres moyens d'offrir des réductions et des avantages à ses clients.