



La Médiation
Tourisme
et Voyage

Rapport annuel

2013

du Médiateur du Tourisme
et du Voyage



La Médiation
Tourisme
et Voyage

Sommaire

LE MOT DU MEDIATEUR

TEMOIGNAGES

LES RENCONTRES DU MEDIATEUR EN 2013

8

RAPPELS

9

MODALITES DE SAISINE ET FONCTIONNEMENT

10

LES FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2013

11

STATISTIQUES 2013 DE LA MÉDIATION

12

EXEMPLES D'AVIS ACCEPTÉS

16

QUELQUES PERLES RECUES A LA MEDIATION

18

VERBATIM DES CONSOMMATEURS

20

LE SITE MTV.TRAVEL

22

LES RECOMMANDATIONS DU MÉDIATEUR

23

ANNEXES

24

Le Médiateur

Tourisme et Voyage



biographie

Monsieur **Jean-Pierre Teyssier** a été nommé Médiateur lors de la première assemblée générale de l'association de la Médiation du Tourisme et du Voyage qui a eu lieu le 12 décembre 2011.

Diplômé de l'Ecole Nationale de l'Administration (ENA), Jean-Pierre Teyssier a occupé de nombreux postes de responsabilité dans le secteur public comme privé. Il a notamment été Président de France-Loto, Président de l'Institut National de l'Audiovisuel, puis Conseiller maître en service extraordinaire à la Cour des Comptes.

En 1999, il a été désigné par l'industrie de la publicité et des médias en France comme haute personnalité indépendante pour présider le Bureau de Vérification de la Publicité, devenue l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), qu'il présida jusqu'en 2010.

De 2005 à 2009 il a été également Président de l'Alliance Européenne pour l'Ethique en Publicité – AEEP. Aujourd'hui, il enseigne à Sciences-Po Paris la régulation professionnelle.



L'équipe de la MTV

Le Mot du Médiateur

Pour sa deuxième année de fonctionnement, la Médiation du Tourisme et du Voyage a connu une forte augmentation, de plus de 70% des saisines adressées par les consommateurs. Cette accélération n'est pas due à des difficultés particulières qui auraient perturbé le voyageur français en 2013, d'ordre météorologique ou politique, comme dans certaines années précédentes. Elle ne s'explique pas non plus, d'après ce que l'on peut observer dans le secteur, par des litiges qui auraient été plus nombreux avec les voyagistes français. Cette hausse intervient en outre dans un contexte économique morose, avec une consommation touristique en France en faible progression. Si le voyageur a fait beaucoup plus appel à la Médiation en 2013 c'est d'abord grâce à une meilleure connaissance de ce mode de résolution de ses réclamations. Le consommateur a en effet été largement informé de cette nouvelle possibilité qui s'offre à lui, après les actions de communication menées auprès de leurs clients par les professionnels, et dans le public par le truchement des associations de consommateurs, des pouvoirs publics et des médias. Mais c'est surtout parce que la médiation offre un mode gratuit et impartial de règlement de ses réclamations que le consommateur fait de plus en plus appel à elle.

La Médiation a dû faire face à cet afflux de saisines sans nuire aux délais qu'elle s'impose : formuler un avis 60 jours après avoir constaté la recevabilité du dossier.

Dans le secteur du tourisme, cette condition se heurte à la pluralité des opérateurs en cause, notamment dans les cas de forfait touristique : le tour-opérateur, l'agence, le transporteur, l'hôtel, etc...doivent fournir tous les éléments nécessaires pour que le Médiateur puisse juger de la recevabilité du dossier puis ensuite formuler une proposition d'avis. Il est réconfortant à cet égard de constater que les avis proposés aux parties en litige sont acceptés à plus de 80%.

L'autre fait saillant de MTV en 2013 est le renforcement du dispositif avec l'arrivée au 1^{er} octobre de nouveaux adhérents : le Syndicat des Compagnies Aériennes Autonomes, les Aéroports de Paris, et la compagnie britannique EasyJet. Désormais la quasi totalité des voyagistes français offrent à leurs clients ce dispositif de médiation.

Autre motif de satisfaction : le secteur du tourisme en France répond aux conditions imposées par la nouvelle directive européenne sur les modes alternatifs de résolution des litiges, telle que votée par le Parlement européen en 2013, et qui sera ces prochains mois transposée en droit français. Le dispositif de médiation offert au consommateur français, déjà certifié en France par la Commission de la Médiation de la Consommation, répond aux nouvelles normes européennes en termes d'indépendance, de transparence, d'équité et d'efficacité. Le rapport d'activité qui est ici présenté a pour ambition de l'explicitier publiquement. Je remercie les professionnels et tous ceux, chez les pouvoirs publics et les associations, qui nous font confiance. Mes remerciements vont aussi à la petite équipe qui m'aide à assurer la bonne marche de cette toute jeune médiation avec le soutien des organisations professionnelles qui l'ont fondée.

"La MTV
répond aux
nouvelles normes
européennes"

Les témoignages



Nathalie HOMOBONO - Directrice générale de la Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF)

« La création en France d'une médiation Tourisme et Voyage illustre le succès grandissant de la médiation en France, dans les domaines les plus divers de la vie économique et sociale. Signe d'une responsabilisation accrue des professionnels, ce mode de résolution des litiges renforce la confiance des consommateurs dans l'économie. À ce titre, il contribue au développement harmonieux de la consommation et à l'efficacité économique.

Généraliser la médiation dans une logique de simplicité d'accès, de compétence et d'impartialité, est une exigence de la directive 2013/11 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation (RELC). La DGCCRF prépare la transposition de ce texte de droit européen, en étroite concertation avec l'ensemble des acteurs concernés : professionnels, consommateurs et experts de la médiation ».



Augustin DE ROMANET - Président des Aéroports de Paris (ADP)

« Aéroports de Paris met la qualité des prestations offertes aux passagers et l'amélioration de leur satisfaction au cœur de sa stratégie. C'est pourquoi, à tous les niveaux, tous nos collaborateurs sont pleinement engagés au service des 90 millions de voyageurs que nous accueillons annuellement dans les aéroports parisiens.

Privilégiant l'écoute et le dialogue, nous nous attachons à respecter les droits des passagers et, en cas de difficulté, à leur apporter une réponse équilibrée et personnalisée. Dans cet esprit, nous avons souhaité nous associer à la démarche de «Médiation Tourisme et Voyage», dont la compétence et l'expertise sont unanimement reconnues en matière de résolution des litiges par la voie amiable. Je suis convaincu que la mise en œuvre d'une telle médiation indépendante ne pourra que renforcer la relation de confiance entre Aéroports de Paris et ses clients.»



François BACCHETTA - Directeur Général d'EasyJet France

« En tant que 2^e compagnie aérienne opérant en France, il est naturel qu'EasyJet rejoigne la Médiation du Tourisme et du Voyage. Depuis 18 ans, nous sommes aux côtés des voyageurs avec pour mission de rendre le voyage facile et attractif. Nous croyons à l'utilité de ce service de conciliation indépendant au service des passagers s'inscrivant pleinement dans notre volonté de leur offrir la meilleure expérience de voyage possible».

Les témoignages



Laurent MAGNIN - Président du Syndicat des Compagnies Aériennes Autonomes (SCARA)

« Les compagnies membres du SCARA souhaitent pouvoir faire bénéficier à leurs voyageurs de la possibilité de saisine d'un médiateur si la réponse donnée par le service clientèle à la réclamation qu'il a exprimée ne le satisfait pas.

« En intégrant la MTV, les compagnies du SCARA anticipent la transposition de la directive Européenne relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et montrent qu'elles sont soucieuses d'apporter un service de qualité à leurs clients ».



Jean-François MICHEL - Vice-Président de l'Union Nationale des Organisations de Séjours Educatifs, Linguistiques (UNOSEL)

« L'adhésion d'un organisateur à l'UNOSEL est soumise à des critères stricts et une procédure d'accréditation comprenant différents audits (brochures, site web, audit au siège de l'entreprise et audit de séjours en situation).

En mai 2013, l'UNOSEL a été la première organisation à rejoindre le dispositif de la Médiation Tourisme et Voyage créé par le SNAV, le CETO et la FNAM.

L'UNOSEL a choisi de remplacer la « Commission de Médiation » interne inscrite dans ses statuts par la Médiation Tourisme et Voyage. L'indépendance et l'impartialité du Médiateur, la confidentialité, la gratuité pour le consommateur et la liberté de respecter ou non l'avis rendu par le médiateur ont été des facteurs déterminants de notre décision de rejoindre la MTV. Désormais, tout organisme labélisé UNOSEL offre à ses clients le service de la Médiation Tourisme et Voyage ce qui renforce les engagements et les garanties du Label UNOSEL et crédibilise notre action dans une gestion des litiges transparente et professionnelle. »



Bianca SCHULZ - Responsable France du Centre Européen des Consommateurs

« Depuis 20 ans, le Centre Européen de la Consommation (CEC) à Kehl informe les consommateurs sur leurs droits en Europe et les aide à résoudre leurs litiges transfrontaliers. Depuis 2005, le CEC héberge le Centre Européen des Consommateurs France, service créé par la Commission européenne et les Etats membres, qui travaille avec les 29 autres Centres Européens des Consommateurs du réseau européen ECC-Net, à la résolution amiable des litiges des consommateurs européens et à la promotion de la médiation en Europe.

Fort de son expérience dans le traitement des litiges liés au tourisme, le CEC France s'est engagé depuis longtemps à la mise en place d'un médiateur spécialisé dans ce secteur en France. Le CEC France salue donc la création du Médiateur du Tourisme et du Voyage en 2012 qui, grâce à une coopération renforcée avec le CEC France, aide les consommateurs européens en litige avec des professionnels du tourisme en France et renforce leur confiance envers le marché du tourisme français, secteur clé de l'économie française. »

Les rencontres du Médiateur en 2013

A / Institutionnels

- 4 mars** - Réunion au Cabinet de la Ministre du Tourisme
- 15 mars** - Colloque INC-DGCCRF
- 22 mars** - Réunion information du consommateur à la DGCCRF
- 24 mai** - Entretien avec Mme PINEL, Ministre du Tourisme
- 11 octobre** - Autorité de la Qualité du Service dans les Transports

B / Professionnels

- 8 janvier** - SNAV (Syndicat National des Agences de Voyages)
- 9 janvier** - FNAM (Fédération Nationale de l'Aviation Marchande)
- 17 janvier** - Consommation économique du MEDEF
- 31 janvier** - Comité sur les modes alternatifs de Résolution des litiges du MEDEF
- 21 mars** - Présentation du rapport annuel au Salon du Tourisme
- 23 sept.** - SNAV (Syndicat National des Agences de Voyages)
- 24 sept.** - SETO (Syndicat des Tours Opérateurs)
- 25 sept.** - Salon IFTM Top Résa
- 1^{er} octobre** - Conférence de presse des administrateurs de MTV
- 9 octobre** - Réunion Air France
- 14 octobre** - Compagnie EasyJet
- 14 nov.** - SCARA (Syndicat des Compagnies Aériennes Autonomes)
- 21 nov.** - FNAM (Fédération Nationale de l'Aviation Marchande)
- 11 déc.** - Forum SETO de Deauville

C / Associations de consommateurs

- 16 janvier** - Emission Conso Mag de l'INC
- 20 mars** - Présentation du rapport annuel aux associations
- 26 avril** - Commission Paritaire de la Publicité
- 24 mai** - Colloque Consommation des Associations familiales catholiques
- 3 juillet** - Emission TF1 Gwénaëlle BELLEC
- 12 déc.** - Emission France 5 « C'est notre affaire »
- 11 déc.** - Centre européen des Consommateurs

D / Les autres médiations

- 17 janvier** - Colloque sur la Médiation au Conseil Economique et Social
- 2 février** - Club des Médiateurs
- 30 sept.** - Médiateur du e-commerce



Avec Sylvia PINEL – Ministre de l'Artisanat du Commerce et du Tourisme,
le 24 mai 2013

Rappels

La Médiation Tourisme et Voyage est un mode de règlement amiable des litiges avec leurs clients mis en place par les professionnels en France fin 2011. L'association, MTV, créée et animée par les organisations professionnelles du secteur (y compris les compagnies aériennes), permet de mettre à la disposition du Médiateur, qu'elle nomme, les moyens de conduire sa mission de manière indépendante et impartiale.



La Médiation Tourisme et Voyage a été référencée par la Commission nationale de la Médiation de la Consommation comme « médiation d'excellence respectant les bonnes pratiques de la Charte de la médiation de la consommation ».

Les adhérents de la Médiation Tourisme et Voyages



Modalités

de saisine et fonctionnement

Qui peut saisir ?

Un consommateur (ou une association le représentant) ayant un litige avec une agence de voyages, un Tour-opérateur ou une compagnie aérienne adhérant d'une des organisations professionnelles signataires de la Charte de Médiation, et portant sur une prestation de voyage seule ou un forfait.

Le Médiateur peut également intervenir pour les litiges concernant une société non signataire de la Charte, mais qui accepterait le principe du recours à la médiation pour le dossier concerné.

Conditions de recevabilité des dossiers

La saisine du médiateur ne peut se faire **qu'après celle du service gérant l'après-vente** au sein de l'agence de voyages, du Tour-opérateur ou de la compagnie aérienne.

La saisine pourra intervenir **en cas de réponse négative ou d'absence de réponse** du service concerné dans le délai prévu par les conditions de vente (maximum 60 jours).

Comment saisir le médiateur ?

Télécharger et compléter le formulaire de saisine sur le site www.mtv.travel, y joindre l'ensemble des pièces nécessaires au traitement efficace du dossier (liste sur le site) et l'envoyer à l'adresse suivante :

MTV Médiation Tourisme Voyage - BP 80 303 - 75 823 Paris Cedex 17

Fonctionnement de la MTV

1 ^{er} niveau de réclamation		Saisine du médiateur	
Etape 1	Etape 2	Etape 3	Etape 4
Réclamation au service Clients de votre opérateur de voyages ou de votre compagnie aérienne	Si réponse insatisfaisante ou absence de réponse depuis 2 mois	Recours au Médiateur accompagné des documents mentionnés dans le formulaire de saisine	Le Médiateur émet un avis dans un délai de 60 jours

Les faits marquants de l'année 2013

Les événements

- Lancement de l'opération Serval au Mali (janvier)
- Tempête ISAAC et cyclone DUMILE dans l'océan Indien (janvier)
- Important épisode neigeux en France (mars)
- Attentat lors du marathon de Boston (avril)
- Cessation de paiement pour le TO Autrement Voyages (mai)
- Le gouvernement dépose un projet de loi sur les « Class actions » (mai)
- Grèves dans le transport aérien (juin)
- Détroit se déclare officiellement en faillite (juillet)
- Accident de train meurtrier en Espagne (juillet)
- Importantes manifestations en Egypte (juillet)
- Attaque terroriste dans un centre commercial au Kenya (septembre)
- Adhésions d'EasyJet, du SCARA et d'ADP à la MTV (octobre)
- « Shutdown » aux Etats Unis (octobre)
- Typhon Haiyan aux Philippines (novembre)
- Le TGV Paris-Barcelone est inauguré (décembre)
- Mise en place du remboursement des taxes sur les taxes des billets non utilisés (décembre)

Les chiffres

- Les **départs de l'année 2013** se sont globalement soldés par une baisse de **-2%** par rapport à l'exercice 2012 (Baromètre SNAV-ATOOUT France).
- La tendance des **départs vers la France métropolitaine** est à la baisse de **-1%**. Pour l'Outre-mer, les départs vers les Antilles françaises enregistrent une hausse de +8% alors qu'à l'inverse, la Réunion et la Polynésie française sont fortement orientées à la baisse. (Baromètre SNAV-ATOOUT France).
- **Les voyages à destination de la France ont enregistré en 2013 62%** de courts séjours et autour de 46% de réservations à plus de 3 mois du départ (Baromètre SNAV-ATOOUT France).
- **Pour le moyen courrier**, l'année 2013 marque la reprise des départs vers la Grèce qui enregistre une hausse de +14% alors que l'Espagne, première destination moyen courrier, enregistre un léger recul des départs de -2%. Parmi les destinations du Maghreb, la chute de la Tunisie avoisine les -35% contrastant fortement avec la croissance modérée du Maroc, à +4% en passagers. (Baromètre SNAV-ATOOUT France).
- **Pour le long courrier**, les départs vers les Etats Unis et la Thaïlande sont en hausse respectivement de +6% et de +7%. A l'inverse, l'île Maurice, la République Dominicaine et à un moindre degré le Mexique enregistrent un net recul. (Baromètre SNAV-ATOOUT France).
- Les **applications mobiles sont utilisées pour 8%** des ventes de voyages en ligne en France (Tour Hebdo.com)
- **25% des réservations estivales** ont été tributaires des conditions météorologiques et des promotions ou ventes de dernières minutes.
- La croisière, le maillon fort du tourisme en France (Quotidien du Tourisme.com)
- Le trafic **low cost a progressé de 9.3%** en 2013 (L'Echo touristique.com)

L'évolution du cadre juridique

1 - La nouvelle directive 2013/11/UE relative au règlement extra-judiciaire des litiges de consommation.

Votée par le Parlement Européen en mars 2013 elle vise à privilégier la médiation et les modes de règlement extra-judiciaire des litiges de consommation. Elle impose aux Etats-membres d'offrir dans tous les secteurs aux consommateurs de l'Union européenne une solution simple, rapide et peu onéreuse pour régler en dehors des tribunaux leurs différends avec les professionnels. Elle fera l'objet d'une transposition dans le Code français de la Consommation en 2016.

L'examen du dispositif mis en place l'an dernier en France dans leur secteur par les professionnels et MTV fait ressortir une première conclusion : l'adéquation de ce système avec les obligations de la directive.

2- Le projet de loi consommation « Hamon »

Un second texte, en discussion au Parlement en France, concerne également la médiation : le projet de loi relatif à la Consommation. Il va obliger tout professionnel à faire figurer dans le contrat passé avec son client une mention explicite sur la possibilité de recourir à un médiateur. Toutes les entreprises du tourisme et du voyage disposent avec MTV d'un médiateur en place, conforme aux conditions de la législation, et référencé par la Commission de la Médiation de la Consommation.

3- Le Règlement Européen CE261/2004 sur le transport aérien.

Régissant les obligations des compagnies aériennes en cas de retard, annulation et surbooking, ce texte est actuellement en cours de révision, afin, notamment, de prendre en compte les différentes évolutions jurisprudentielles en la matière et de préciser des points tels que les « circonstances exceptionnelles », qui peuvent exonérer les compagnies de leurs obligations d'indemnisation en cas de certains retards ou annulations.

Les statistiques de la médiation

1413 saisines en 2013 contre 822 en 2012 (+72%) - L'année 2013 a enregistré une forte hausse des saisines puisque celles-ci ont augmenté de plus de 70% par rapport à 2012.

Suite aux constatations que nous avons pu faire auprès de différents services après vente, il est important de noter que cette augmentation n'est pas due à un accroissement exponentiel du nombre des réclamations, mais plutôt à l'attrait de la médiation, qui apparaît aujourd'hui comme un moyen reconnu et fiable pour traiter les litiges, qui n'ont pu trouver de solution en amont.

437 dossiers non recevables contre 373 en 2012 (+17%) - Si ce nombre a augmenté en valeur absolue (+39), il baisse de façon spectaculaire en proportion, puisque les dossiers non recevables ne représentent plus que 30% des saisines (contre 45% en 2012). Mieux informé, le consommateur a mieux respecté les conditions demandées pour que son dossier soit recevable (notamment la saisine préalable du service client des professionnels concernés). Il faut également relever de nombreux cas dus à la rétractation du consommateur avant traitement complet de sa demande.

43 dossiers en attente de recevabilité contre 61 en 2012 (-26%) - Ce chiffre représente le nombre de dossiers pour lesquels les éléments transmis par le client, ne permettent pas encore de confirmer leur recevabilité. Il s'agit, dans la plupart des cas, de litiges dans lesquels le client a bien saisi préalablement le professionnel, mais le délai prévu entre cette saisine et celle de la MTV n'est pas complètement échu.

La faible part que représentent ces dossiers cette année (3.18%) par rapport à 2012 (15.72%) témoigne non seulement de l'efficacité grandissante du système mais également du travail de traitement, qui a été fait par les équipes de la MTV.

Dossiers transmis à une autre organisation - Dans le cadre des accords de répartition de compétences mis en place en cours d'année avec d'autres médiations (SNCF, FEVAD) ou organismes de consommateurs (CEC), la MTV a d'ores et déjà transmis 8 des dossiers qu'elle a reçus.

925 dossiers recevables ouverts contre 388 en 2012 (+138%) - Soit une augmentation significative de près de 140% alors même qu'aucun événement géopolitique ou climatique marquant n'est venu perturber l'année touristique, pour les raisons expliquées ci-dessus.

153 résolutions de litiges avant avis contre 61 en 2012 (+151%) - Cette catégorie de résolution des litiges est de plus en plus importante, puisqu'elle a plus que doublé par rapport à 2012, montrant ainsi le rôle important que joue la MTV dans le « rétablissement du dialogue » entre professionnels et consommateurs. Dans la mesure où le but de toute médiation est d'avoir le moins de litiges possible à trancher, et qu'il est toujours plus « productif » qu'un dossier se règle directement entre les parties, la MTV se félicite de cette évolution, qu'elle tend à encourager en appliquant des frais de dossiers réduits à ce type d'issue.

312 dossiers recevables en 2013 restent en cours de traitement début 2014 contre 22 en 2012

- L'importance de ce chiffre s'explique par le regain d'activité observé en fin d'année 2013 (arrivée des dossiers concernant les vacances estivales) et le nombre important de saisines reçues en Novembre et Décembre, qui feront l'objet d'un traitement en début d'année 2014 conformément à notre Charte.

460 avis ont été proposés au titre des dossiers 2013, contre 305 en 2012 (+51%) - On note une forte augmentation du nombre d'avis rendus par le médiateur en 2013, en cohérence avec l'augmentation des saisines et le recours accru à la Médiation.

Pour rappel, les avis du Médiateur sont de 4 ordres :

- soit il considère qu'il n'y a pas lieu à dédommagement
- soit il confirme et juge suffisamment équitable un dédommagement déjà proposé par le professionnel à son client
- soit il demande au professionnel d'améliorer le dédommagement proposé au client.
- soit enfin il suggère un dédommagement qui n'a pas encore été proposé au client

Il est à noter, que dans plus de deux-tiers de ses avis le Médiateur confirme ou propose un dédommagement au profit du consommateur (voir tableau de répartition des avis)

TAUX D'ACCEPTATION DES AVIS RENDUS

83,47% (contre 83,15% en 2012)

La stabilité du taux d'acceptation des avis du Médiateur, et son importance, méritent d'être soulignés alors que le nombre d'avis a augmenté de plus de 50%.

Sources et nature des dossiers recevables

Type de demandeurs	Part en %	
	2013	2012
Consommateurs	93.8	94.77
Associations de Consommateurs	4.89	4.25
Assurances / Protections Juridiques	0.6	0.73
Professionnels	0.1	0.25
Conciliateur de justice	0.2	0
DGAC (Direction Générale de l'Aviation Civile)	0.41	0

La répartition des sources des saisines, démontre, comme en 2012, que la quasi-totalité de celles-ci proviennent directement des consommateurs : il est intéressant de noter que de nouvelles entités font aujourd'hui appel à la MTV pour tenter de résoudre des cas, qui leur sont soumis : les conciliateurs de justice (preuve, que la médiation est reconnue comme un moyen d'éviter l'issue judiciaire) et la Direction Générale de l'Aviation Civile (administration compétente pour, l'application du droit aérien en France).

Canal de distribution	Part en %	
	2013	2012
Agences physiques	34.31	43.63
Agences en ligne	62.46	55.39
Autres ventes à distance	2.93	0.62
Comités d'entreprise	0.3	0.36

La tendance à la dématérialisation des achats de voyages se confirme dans ces statistiques, où la part des litiges portant sur prestations souscrites en ligne augmente de près de 7 points. Les 2/3 des litiges traités concernent les ventes en ligne.

Au-delà du développement des ventes en ligne, ce canal engendre de fait, des litiges, qui lui sont propres : erreur de frappe, bugs, problèmes de communications...qui expliquent également sa part majeure dans les litiges.

Nature de la prestation vendue	Part en %	
	2013	2012
Forfaits	53.24	51.95
Vols secs	44.8	45.01
Hébergement sec	1.42	1.46
Transport sec (hors aérien)	0.13	1.09
Location de véhicule	0.41	0.49

On note une stabilisation de la répartition des litiges par type de prestation vendue. Ces chiffres devraient néanmoins évoluer en 2014 avec l'entrée dans le dispositif de plusieurs compagnies aériennes (via le SCARA et EasyJet) pour lesquelles la MTV n'était jusqu'alors, pas compétente.

Notons par ailleurs, que les litiges relatifs à des locations de véhicules, restent stables (en proportion) et portent, comme l'an passé, quasi exclusivement sur l'information et l'application des conditions particulières d'utilisation du loueur.

Répartition typologique des dossiers recevables

Les chiffres

Type de litiges	Part en %	
	2013	2012
Transport aérien	45.92	41.41
Prix - Paiement	12.61	8.7
Prestations contractuelles non fournies (hors hébergement)	12.27	12.28
Annulation du forfait	9.77	15.22
Prestations hôtelières non fournies	6.76	7.83
Qualité des prestations	4.47	3.37
Formalités administratives	3.85	4.13
Bagages	3.12	5.54
Assurances	0.52	1.09
Sécurité - accidents	0.71	0.43

Commentaires concernant les principaux motifs de réclamations

1 - Réclamations liées à l'aérien

Comme en 2012, les préjudices liés à des problèmes de transport aérien représentent la principale source de réclamation des consommateurs. Ils augmentent, notablement, pour passer de 41,41% à 45,92% en 2013.

Si les complications, à l'origine des saisines sont toujours les mêmes (retards, annulations de vol...), il s'avère que ce type de dossiers est de plus en plus difficile à traiter du fait notamment de la complexité de la législation régissant ce type de transport, qui est d'ailleurs parfois en contradiction avec la jurisprudence (quand celle-ci ne diverge pas entre un tribunal national et une juridiction communautaire). Il est en outre difficile pour le Médiateur d'apprécier les circonstances exonératoires opposées par les professionnels, notamment les incidents techniques invoqués pour expliquer les retards et les annulations de vol.

2 - Réclamations liées à des problèmes de paiement ou de prix

L'augmentation de ce type de grief peut être mise en relation avec l'évolution du nombre d'achat de voyages en ligne. En effet, nous avons pu constater qu'un bon nombre de dossiers en la matière étaient notamment consécutifs à des difficultés de paiement à distance (doublons, bugs lors du paiement). En agence « classique », ce type de réclamation se rapporte surtout à des problèmes d'information sur le montant des prestations ou les révisions de prix après achat.

3 - Réclamations liées à des prestations non fournies

Nous retrouvons un champ traditionnel de réclamation (le 3^e en termes de dossier comme en 2012) des clients, qui estiment qu'une des prestations prévues dans leur contrat n'a pas été fournie (notons que si celle-ci n'a pas été correctement fournie ou si le client se plaint de sa qualité, son dossier sera classé dans un autre type de grief).

Si en principe, il semble relativement simple de résoudre ce type de litige, dans la pratique, les raisons ayant entraîné la non fourniture d'une prestation, peuvent changer le sens de l'avis rendu par le Médiateur (citons par exemple le cas d'un client qui souhaitait se faire rembourser une excursion annulée du fait d'une attaque terroriste la veille, sur le lieu de celle-ci...)

Répartition géographique des dossiers recevables

Principales destinations concernées

2013		2012	
Destination	Part en %	Destination	Part en %
France	8,43	France	8,89
Espagne	5,89	Espagne	8,41
États-Unis	5,89	États-Unis	5,53
Tunisie	5,89	Tunisie	5,29
Grèce	5,18	Italie	5,17
Italie	3,76		
Maroc	3,55		

Si aux quatre premières places on retrouve **les mêmes destinations qu'en 2012**, il est intéressant de noter **le nouveau positionnement des Etats Unis et de l'Espagne qui peut s'expliquer par l'évolution de leur fréquentation** (+6% pour le 1er et -2% pour le second, qui reste néanmoins la 1ere destination moyen courrier) ; on peut aussi observer qu'une destination comme **la Tunisie** se retrouve avec autant de réclamations, alors même qu'elle enregistrait, **une baisse de 35% des fréquentations**.

L'entrée de **la Grèce et du Maroc** dans le classement des destinations les plus concernées par les litiges clients, s'explique par un effet arithmétique plus que qualitatif, et coïncide avec **l'augmentation de la capacité d'accueil de ces deux pays** (la Grèce a, par exemple, enregistré une hausse de +14% de visiteurs en 2013).

Répartition des dossiers clos par type d'issue

Type d'avis rendu par le Médiateur	Part en % / dossier clos
Pas lieu à dédommagement	30,00
Le dédommagement proposé est suffisant	24,75
Réévaluation du dédommagement proposé	10,65
Demande de dédommagement	34,60

Type de résolution avant avis	Part en % / dossier clos	
	2013	2012
Nouvelle proposition du professionnel acceptée par le client	15,68	34,00
Demande du client acceptée par le professionnel	84,32	66,00

Sur les 153 résolutions avant avis, 129 résultent de l'acceptation de la demande du client par le professionnel suite à une demande de réétude du dossier par la MTV.

Type d'issue rendue par le Médiateur	Part en % / dossier clos	
	2013	2012
Avis acceptés	83,47	83,15
Avis refusés	16,53	16,85

Exemples d'avis acceptés

Cas 1 - Annulation d'un vol

Faits et demande :

M. U a acheté deux billets auprès de la compagnie **A** pour un vol opéré par la compagnie **B**. Quatre jours avant le départ, M.U est informé de la reprogrammation du vol et demandait un dédommagement au titre de "l'indemnité forfaitaire mentionnée au Règlement 261-2004 et le remboursement des frais supplémentaires engagés.

Problématiques :

Plusieurs questions se sont posées dans ce cas :

- Les raisons de l'annulation pouvaient-elles être assimilées à des circonstances extraordinaires, exonérant le transporteur de l'obligation d'indemnisation ?
- Le responsable était-il la compagnie émettrice ou le transporteur effectif ?
- Fallait-il, le cas échéant cumuler les deux indemnisations demandées par le passager ?

Avis du Médiateur :

Après étude des griefs soulevés par M. U et des éléments d'explication apportés par chacune des parties, le Médiateur a considéré que :

- il n'était pas avéré que l'annulation du vol était due à des circonstances exonératoires.
- le principe d'indemnisation incombait au transporteur effectif.
- il est équitable d'accorder uniquement le versement de l'indemnité forfaitaire (qui en l'espèce couvrait le préjudice allégué par M. U).

CET AVIS A ÉTÉ ACCEPTÉ PAR LES DEUX PARTIES

Cas 2 - Modification du programme d'un circuit

Faits et demande :

Après avoir consulté différentes brochures afin de trouver un circuit spécifique, comprenant un certain nombre de visites qu'elle jugeait « essentielles » pour elle, Mme V a contracté avec l'agence **A**. Un mois avant le départ, la cliente est avisée de plusieurs modifications du programme.

Considérant que le nouveau circuit ne correspondait plus du tout à sa demande initiale (mais en l'occurrence à un autre circuit moins cher) la cliente a demandé à son retour que lui soit remboursé le prix total du voyage.

Problématiques :

Il a fallu pour émettre un avis dans ce dossier, se demander si :

- la modification d'un voyage est possible avant le départ et quel choix était alors proposé au client ?
- quels devaient être, le cas échéant, le montant et la base du dédommagement accordé ?

Avis du Médiateur :

L'article R211-9 du Code du Tourisme (qui figurait bien dans les conditions de vente de l'agence A) prévoit la possibilité de modifier un élément essentiel du contrat avant départ, mais soumet cette possibilité à :

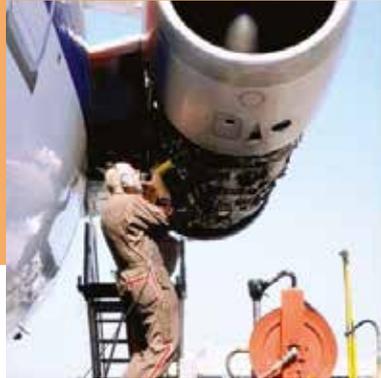
- l'acceptation du client
- au versement d'une indemnité si cette modification cause un préjudice effectif.

Sur ce fondement, le Médiateur a été en mesure de constater que les changements apportés au circuit initialement prévu, bien qu'acceptés par Mme V, (qui a choisi d'effectuer le voyage) ont effectivement causé un préjudice réel et chiffrable à cette dernière.

Il a préconisé que ce dédommagement ne pouvait revêtir la forme du remboursement total du séjour, dans la mesure où la cliente a accepté le principe de la modification et a consommé toutes les prestations du voyage de remplacement.

Il a proposé que lui soit remboursée la différence tarifaire entre le circuit initialement acheté et celui effectivement fourni.

CET AVIS A ÉTÉ ACCEPTÉ PAR LES DEUX PARTIES



Cas 3 - Retard de vol important dans le cadre d'un forfait

Faits et demande :

M. W, qui a acheté un voyage à forfait auprès d'une agence de voyages a vu son vol aller retardé de 5h et demande l'indemnisation forfaitaire prévue par le Règlement CE 261-2004.

Problématiques :

Comme dans le cas numéro 1, la question de droit essentielle en la matière a été de déterminer la nature de l'avarie à l'origine de ce retard.

En outre s'est posée la question, sous jacente au principe d'indemnisation d'un retard de vol, elle a été reconnue par des jurisprudences communautaires, mais elle n'est pas prévue par la lettre du Règlement.

Enfin, comme dans tous les cas d'avaries aériennes, entraînant un temps d'attente pour le passager, il a fallu vérifier que ce dernier avait bien été pris en charge (restauration, rafraichissements...).

Avis du Médiateur :

Après une étude approfondie des circonstances de ce retard, le Médiateur a pu constater que celles-ci relevaient bien de « circonstances exceptionnelles » (au sens de la réglementation régissant le transport aérien) puisqu'il a été démontré qu'en l'espèce, l'avarie était due au fait qu'un oiseau avait été happé par l'un des réacteurs de l'appareil, obligeant le pilote à ré-atterrir afin de procéder à un contrôle technique.

En outre le Médiateur a également pu noter que la compagnie avait procuré une assistance à ses passagers, conformément à ses obligations.

Ainsi, bien que regrettant les désagréments rencontrés du fait du retard, le Médiateur a considéré que l'agence et la compagnie étaient exonérées du paiement de l'indemnisation forfaitaire demandée par M.W.

Il est intéressant de noter que dans ce cas, la position du médiateur a permis d'expliquer la réglementation au client, et bien qu'aucun dédommagement ne lui ai été accordé.

CET AVIS A ÉTÉ ACCEPTÉ PAR LES DEUX PARTIES

Quelques "perles" reçues par la médiation

La responsabilité de plein droit...du teinturier

La responsabilité de _____ ne peut être engagée dans le problème rencontrée par Madame _____ En effet, le sac à dos contenant le manteau et le foulard de notre cliente commune a été mouillé pendant un trajet par de l'eau. Le foulard de la cliente a ainsi déteint sur son anorak. De la même manière, cette situation aurait pu se produire si Mme _____ avait porté son manteau et son foulard par temps de pluie.

Ainsi, comme indiqué précédemment à la cliente, lors de nos échanges par courriel, nous ne pouvons accéder à la demande de remboursement.

Coup de blues...

Je pense que cette lettre sera mon dernier courrier . Savez-vous pourquoi les Français sont les plus gros consommateurs au monde et de loin de produits anti-dépression à cela il faut ajouter presque 13 000 suicides par an ,cela coûte des Milliards € . Je vous donne la réponse « elle est dans notre affaire » vous trouverez facilement . Je dis mon dernier courrier rassuré vous , je suis sain de corps et d'esprit , mais je ne supporte pas ou très mal les injustices et demande réparation il y va du respect de ma personne.

Veuillez agréer mes salutations distinguées .

Rien à voir avec notre affaire -
l'en conviens le mauvais foi
de _____ m est responsable -
ce qui est blanc est blanc ce qui est
noir est noir .

Odeur de sainteté...

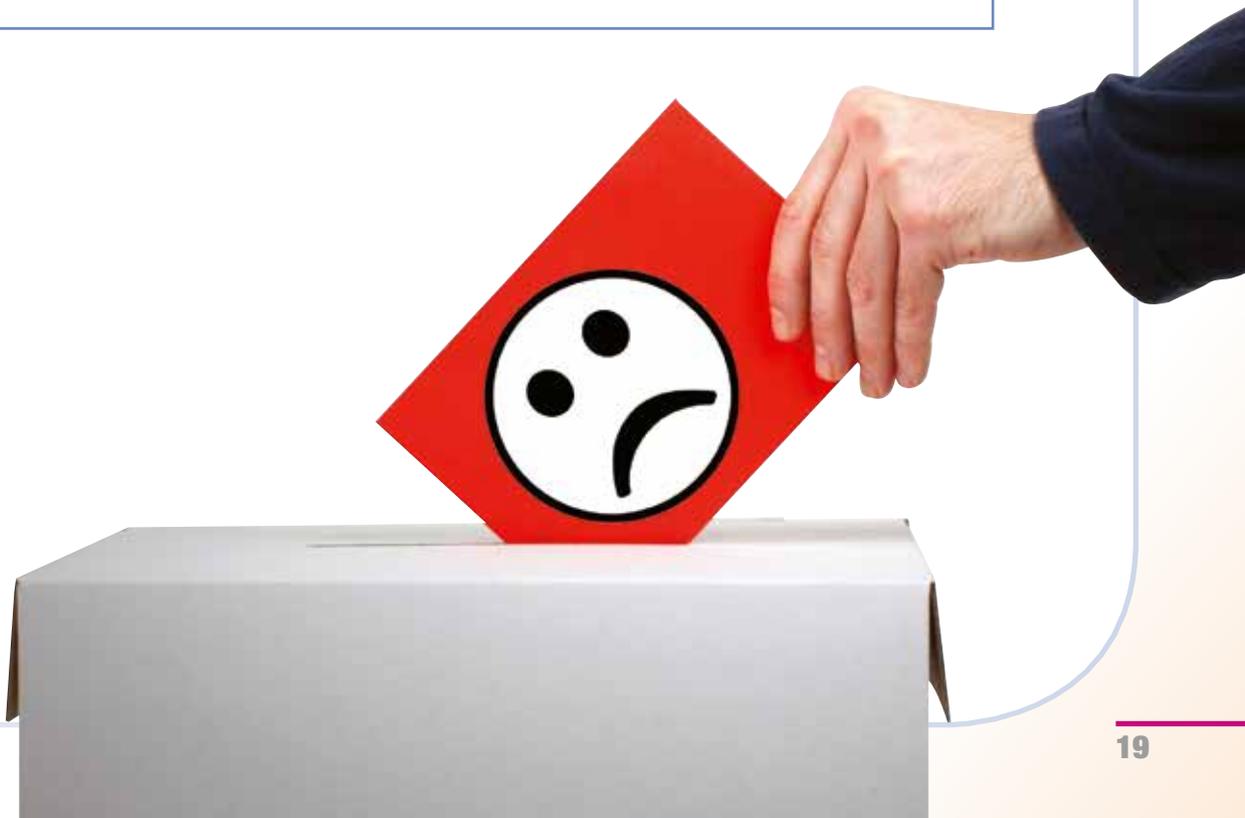
1) DOL 1 : Absence d'hygiène

- 1.1 Pendant le séjour, nous n'avons pas eu de savon pour nous laver dans notre chambre. Outre le problème d'odeur, cette absence de produit a retenti sur la qualité harmonieuse de nos relations sociales et a provoqué une souffrance psychologique.
- 1.2 Pendant le séjour, nous ne pouvions pas utiliser dans notre chambre les toilettes ou W.C. car il y avait un problème de canalisations : Comment alors déféquer sinon se retenir pendant tout le séjour et devenir constipé ? La manifestation de cet état pathologique n'a rien à voir avec une idée subjective mais correspond au contraire à la présence d'un tableau clinique.

Dupont et Dupont...

Devant me rendre au Canada, en date du 16/11/2012, j'ai commandé auprès d'une de vos opératrices un billet pour St John's (dossier n° R062481). Il se trouve que votre téléconseillère m'a aiguillé vers la ville de St John. Or, St John's se trouve dans la province de Terre Neuve (Newfoundland) et St John se trouve dans la province du New Brunswick, ce qui n'est pas du tout pareil.

Une fois rendu à St John le samedi soir, je me suis aperçu de cette erreur d'aiguillage. Il était environ minuit. De suite, j'ai tenté de prendre contact avec votre agence à Paris pour réparer cette erreur. Je me suis vite rendu compte que joindre un interlocuteur au bout du fil le dimanche 25 novembre, tenait de mission impossible. J'ai donc dû me résoudre à me rendre à St John's en rachetant un billet Air Canada de St John à St John's via Halifax. J'ai par la suite contacté votre agence à Paris pour leur expliquer la situation.



Verbatim

des consommateurs

Monsieur le Médiateur,

Suite à l'affaire citée en référence concernant le litige avec _____, je tiens par la présente à vous exprimer toute ma reconnaissance pour votre intervention qui a permis de débloquer la situation.

Merci encore à vous, Monsieur le Médiateur et à tous vos collaborateurs et vous prie d'agréer l'expression de mes sentiments distingués.

à Aubigny le 08 juillet 2013



Monsieur Jussieu,

Veuillez recevoir mes remerciements pour votre excellente médiation auprès de l'agence _____, dont j'ai reçu copie de la lettre

Je suis très reconnaissant de votre médiation et l'assurance de mes salutations distinguées.

Monsieur le Médiateur,

Je vous informe que la société _____ m'a remboursé la somme de 344,76 € par virement du 5 septembre sur mon compte bancaire, ce qui annule ma requête réitérée dans mon dernier courrier du 7 septembre dernier.

Je pense que mon dossier peut donc être clos.

Je vous suis très reconnaissant pour votre action auprès de cette société qui a permis de résoudre le différend qui nous opposait.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Médiateur, l'expression de ma sincère gratitude.



qu'Air J'ai le plaisir de vous faire part
raisonnablement, suite à votre intervention.
m'a dédommagé

Je ne sais comment vous exprimer ma
gratitude et mes remerciements.

Il est heureux que des personnes comme
vous et votre association se dédient ainsi
pour aider ceux qui se sentent
impuissants après une première
demande refusée.

Encore mille merci et veuillez
croire, Monsieur, en mes sentiments
les plus respectueux

L.

Madame, Monsieur,

J'accuse réception de votre lettre du 14 juin 2013 par laquelle vous me faites
part du succès de votre intervention au près de ' qui a
effectivement procédé au remboursement de ma facture en litige.

Je tiens à vous faire part de ma profonde reconnaissance pour le service
rendu car je pense que sans votre démarche je n'aurais jamais obtenu satisfaction.

Avec toute ma considération, je vous prie de croire Madame, Monsieur, en
mes sentiments distingués.

J.



Le site mtv.travel



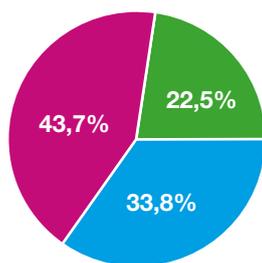
Statistiques 2013

1 - Audience



Visites : **20 765** contre 11 115 en 2012
 Visiteurs uniques : **15 514** contre 8582 en 2012
 Pages vues : **48 665** contre 28015 en 2012
 Durée moy. de la visite : **00:02 :22** contre 00:02:35 en 2012

2 - Sources du trafic



Sur les 20 765 personnes qui ont visité le site :

- 43,7 % ont été **renvoyés par des résultats de moteur de recherche**
- 33,8 % ont été **renvoyés par des liens figurant sur d'autres sites**
- 22,5 % ont **accédé au site en saisissant l'URL directement dans leur navigateur**

Les 10 premières sources de renvoi :

- 1 - economie.gouv.fr - 2 289 visites - 32.64%
- 2 - 60millions-mag.com - 431 visites - 6.14%
- 3 - snav.org - 362 visites - 5.16%
- 4 - ceto.to - 293 visites - 4.18%
- 5 - sosconso.blog.lemonde.fr - 268 visites - 3.82%
- 6 - marmara.com - 263 visites - 3.75%
- 7 - facebook - 212 visites - 3.02%
- 8 - airfrance.fr - 180 visites - 2.57%
- 9 - forum.lesarnaques.com - 157 visites - 2.24%
- 10 - mediation-conso.fr - 155 visites - 2.21%

Les recommandations du Médiateur

La Charte de MTV, comme celle de la Commission de la Médiation de la Consommation, stipule que le Médiateur doit formuler dans son rapport annuel des recommandations, sous forme de « propositions d'amélioration afin de prévenir le renouvellement de certains litiges répétitifs ou significatifs, et contribuer à améliorer la qualité de service des secteurs concernés ».

A l'issue de sa seconde année de mise en œuvre, les recommandations suivantes peuvent être proposées au secteur du tourisme et du voyage :

1 - Uniformisation du lexique touristique

Au court de cette année d'exercice, nous avons pu constater que plusieurs litiges naissaient de l'incompréhension entre les professionnels et les consommateurs sur certains des termes employés dans les documents commerciaux. Des notions comme « vol direct », « taxes », « all-inclusive » ou encore « départ garanti » devraient faire l'objet d'une définition claire et généralisée.

Aussi, je préconise que :

Soit mis en place un lexique/glossaire des termes touristiques à usage non seulement des consommateurs, mais aussi des professionnels.

2 - Unification des règles d'indemnisation pour les avaries de bagages

Le principe de l'indemnisation de la perte ou du retard bagage est régit, dans la plupart des cas, par la Convention de Montréal. Ce texte, qui édicte un principe général de responsabilité du transporteur aérien et fixe un plafond d'indemnisation, ne donne, en revanche aucune précision sur les modalités de calcul de cette dernière. Doit-on se référer à la simple déclaration sur l'honneur du passager ? Exiger des factures ? Prendre en compte le poids du bagage ?...

Aussi, je préconise que :

Soit mise en place, dans le respect des conventions internationales, la méthode la plus objective possible (cf. l'indemnisation au poids de la Convention de Varsovie) pour l'indemnisation des bagages perdus.

3 - Mise en place d'un process de contact-clients plus efficace après départ

Comme nous avons pu le constater, beaucoup de litiges trouvent leur source dans un problème de communication entre co-contractants. Si le fond de l'information est une source importante de réclamation, la forme et la voie de transmission de celle-ci engendrent également d'importants griefs des consommateurs, et notamment après leur départ.

Aussi, je préconise que :

Soit systématiquement demandé aux clients un « point de contact efficace » pendant son séjour (téléphone portable, téléphone du lieu de séjour...) avec les différents professionnels intervenant dans le processus de voyage.

4 - Systématisation de l'envoi automatique des factures annulation

Ce point de formalisme, qui peut apparaître bénin au demeurant, engendre parfois pour les consommateurs des conséquences, qui peuvent s'avérer importantes – notamment financièrement – s'il n'est pas effectué dans un délai « raisonnable ».

En effet, cette facture est un document indispensable pour que le client obtienne de son assurance le remboursement de son séjour en cas d'annulation.

Aussi, je préconise que :

La confirmation d'une annulation à l'initiative du client, soit systématiquement accompagnée de la facture détaillée des frais correspondant.

Les annexes

mtv.travel

1 - Avenants et Charte de la Médiation du Tourisme et du Voyage



AVENANT du 1^{er} Octobre 2013 A LA CHARTE DE LA MEDIATION TOURISME ET VOYAGE

Le 18 Juillet 2011, le SNAV, le SETO et la FNAM ont signé la Charte de la Médiation Tourisme et Voyage, concrétisant les travaux menés par ces trois organisations pour mettre en œuvre un dispositif de médiation pérenne, dédié aux voyages à forfait et aux vols secs. Gratuite pour le consommateur, elle permet de privilégier la résolution extrajudiciaire des litiges d'après-vente.

Par le présent avenant, le SCARA (Syndicat des Compagnies Aériennes Autonomes), ADP (Aéroports de Paris) et easyJet, souhaitent que leurs organisations et entreprises respectives deviennent membres de l'association MTV.

En adhérant à la Charte MTV, ils acceptent de s'y conformer et ne pas en modifier les termes.

Fait à Paris, le 1^{er} Octobre 2013

Pour le SCARA

Laurent MAGNIN

Pour ADP

Patrick COLLARD

Pour easyJet

Francois BACCHETTA



Jean-François Michel (Unosel), Georges Colson (Snav), Patrice Collard (ADP), Alain Battisti (Fnam), René-Marc Chikli (Seto), François Bacchetta (Easyjet) et Laurent Magnin (Scara)

2 - Protocole d'accord MTV – Médiation E-Commerce

Dans le prolongement de l'accord de répartition de compétence signé en 2012 avec le Médiateur SNCF, la MTV a adopté un protocole avec le Médiateur du E Commerce.



Médiation Tourisme et Voyages



Médiation E-Commerce

Paris, le 20 novembre 2013

PROTOCOLE D'ACCORD

Entre le Médiateur Tourisme et Voyages (MTV), Monsieur Jean-Pierre TEYSSIER, et le Médiateur du E-Commerce, Monsieur Bernard SIOUFFI.

CONTEXTE DU PROTOCOLE

Le domaine des voyages et du tourisme fait de plus en plus appel à l'utilisation des nouvelles technologies numériques à la fois pour la diffusion des offres que pour les transactions à distance entre les professionnels et les consommateurs agissant à des fins personnelles.

Il était donc logique que les entités représentatives du tourisme et voyage et de la vente à distance se rapprochent pour favoriser les échanges, la connaissance réciproque et la coopération des deux secteurs, en particulier pour le traitement des éventuels litiges nés de l'utilisation croissante de ces techniques.

Dans ce contexte, les médiateurs signataires ont décidé de se rapprocher pour donner de nouvelles opportunités à la résolution amiable des différends, en particulier pour des cas complexes intervenant à la marge des deux domaines.

CHAMPS DE COOPERATION

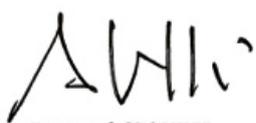
Aux termes du présent Protocole il est convenu d'une coopération des deux médiateurs sur les points suivants :

- 1- Echanges réguliers sur les litiges communs aux deux domaines et leur résolution.
- 2- Transmission éventuelle, par le Médiateur Tourisme et Voyage, après information des consommateurs concernés, de dossiers impliquant directement l'utilisation de techniques de vente à distance et l'application de la réglementation qui s'y rapporte.

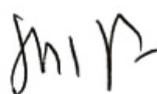
F M

2 - Protocole d'accord MTV – Médiation E-Commerce

- 3- Transmission éventuelle, par le Médiateur E-Commerce, après information des consommateurs concernés, de dossiers impliquant directement l'offre de tourisme et/ou voyage et l'application de la réglementation adéquate.
- 4- Du fait de cette transmission éventuelle, un suivi particulier sera assuré afin que le consommateur, comme le Médiateur initialement saisi, puisse être informé de la suite donnée.
- 5- Les deux Médiateurs conviennent même par ailleurs, après concertation, de pouvoir travailler concomitamment sur un même dossier ou solliciter, si besoin, leurs expertises mutuelles.
- 6- Par souci de transparence, le présent Protocole sera annexé à la Charte de chaque médiation et publié à l'endroit des sites qui en font mention.



Bernard SIOUFFI
Médiateur E-Commerce



Jean Pierre TEYSSIER
Médiateur Tourisme et Voyages

3 - Protocole d'accord MTV – Centre Européen de la Consommation

Un projet de protocole d'accord avec le Centre Européen de la Consommation est en cours d'élaboration et sera adopté dans les premiers mois de l'année 2014.

Il aura pour objectif de :

- Faciliter le traitement des litiges européens transfrontaliers concernant le voyage et le tourisme.
- Mettre en place une coopération dans le traitement des litiges
- Approfondir les échanges d'informations sur des sujets communs
- Prévoir l'organisation d'actions communes
- Travailler à l'élargissement de l'information du consommateur.

MTV Médiation Tourisme Voyage - BP 80 303 - 75 823 Paris Cedex 17

www.mtv.travel



La Médiation
Tourisme
et Voyage