

LE MÉDIATEUR DU TOURISME & DU VOYAGE

RAPPORT ANNUEL

2015



La Médiation
Tourisme
et Voyage

SOMMAIRE

04 L'ANNÉE 2015

- Le mot du Médiateur
- Les rencontres du Médiateur
- Les Faits Marquants et chiffres-clés
- L'évolution du contexte juridique

09 TÉMOIGNAGES

- René Marc Chikli, Président de la MTV
- Sophie Huberson, SNELAC
- Sylvain Crapez, UNAT
- Patricia Foucher, INC
- Aline Wangermee, AIR FRANCE

11 L'ACTIVITÉ DE LA MTV

- Évaluation et référencement de la MTV par la CECMC
- Les adhérents et nouveaux adhérents
- Procédure de traitement des dossiers
- Les statistiques
- Des exemples d'avis

09 LES CONSEILS AUX CONSOMMATEURS

23 COURRIERS CONSOMMATEURS

- Les perles des voyageurs
- Des clients satisfaits

24 LES OUTILS DE COMMUNICATION

- La MTV dans les médias en 2015
- Les réseaux sociaux
- Une novation fin 2015 : la saisine électronique
- Le site internet de la MTV

26 LES RECOMMANDATIONS AUX PROFESSIONNELS

27 LA PROBLÉMATIQUE DE L'ANNÉE

- La modification d'un élément essentiel dans un contrat de voyage à forfait

28 ENQUÊTE

- La gestion des réclamations par les Aéroports de Paris
- Répartition des compétences entre aéroports et compagnies aériennes

30 ANNEXES

- Protocole d'accord MTV / RATP
- Club des Médiateurs

“Le Médiateur établit un rapport annuel qui est rendu public et diffusé sur son site internet. Ce rapport comprend notamment une analyse des saisines [...] et un récapitulatif des principaux litiges traités dans l'année. En outre, à partir du traitement des dossiers individuels, le Médiateur peut formuler des 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...”

Charte MTV - art. 5.2

PROFIL

+ 20 %

Augmentation des demandes de médiation reçues par la MTV en 2015 par rapport à 2014.

45 JOURS

c'est le délai moyen dans lequel la MTV émet une proposition de solution amiable à une demande de médiation.

92,24 %

des avis proposés par le Médiateur sont acceptés par les parties.

La Médiation du Tourisme et du Voyage (MTV) a été créée le 18 juillet 2011. Elle est opérationnelle depuis le 1^{er} janvier 2012 et a été évaluée par la Commission de Contrôle et d'Évaluation de la Médiation de la Consommation (CECMC) et incluse dans la première liste des médiations françaises sectorielles de référence transmise à la Commission européenne.

La Médiation du Tourisme et du Voyage a pour but de favoriser le règlement amiable des litiges qui peuvent survenir entre les consommateurs et les fournisseurs de services de voyage (tourisme, transport, hébergement, loisirs et prise en charge aéroportuaire), signataires de la Charte de la Médiation du Tourisme et du Voyage.

Indépendant et impartial, le Médiateur du Tourisme et du Voyage, Monsieur Jean-Pierre Teyssier, est chargé de rapprocher les points de vue pour ouvrir la voie à une solution amiable et éviter ainsi de recourir à un tribunal.

L'ANNÉE 2015

LE MOT DU MÉDIATEUR



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. Son mandat a été renouvelé pour trois ans à compter de 2015. Par ailleurs, il est, depuis cette année, Président du Club des Médiateurs de Services au Public.

Diplômé de l'École Nationale de l'Administration (ENA), Jean-Pierre Teyssier a occupé de nombreux postes à 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, devenu 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'Éthique en Publicité – AEEP. Il a été professeur associé à l'Université Paris-Dauphine, puis a enseigné à Sciences-Po Paris la régulation professionnelle.

L'exercice 2015 de notre médiation s'est conclu avec une activité en sensible augmentation, que l'on pourra juger à la lecture de ce rapport. L'année s'est également terminée avec un événement majeur : notre reconnaissance officielle comme Médiateur de la consommation, à l'issue d'une évaluation menée par la nouvelle Commission d'évaluation et de contrôle de la Médiation de la Consommation, qui a pu nous notifier à la Commission européenne.

La médiation offerte aux consommateurs est en effet devenue une activité régulée. Avec l'ordonnance du 20 août 2015 sur la médiation de consommation, cette bonne pratique professionnelle, créée, organisée et financée à l'initiative de professions soucieuses de régler à l'amiable leurs litiges avec leurs clients, est désormais encadrée par la loi et contrôlée par une commission administrative placée auprès du Ministre de l'Économie.

On pourrait s'inquiéter de cette évolution, qui, avec la transposition d'une directive européenne, fait passer notre type de médiation de l'autorégulation professionnelle à la régulation étatique. Désormais, pour pouvoir offrir ce mode de règlement extrajudiciaire de leurs différends avec leurs clients, les professionnels et leurs entreprises doivent respecter les obligations du nouveau titre V du Code de la Consommation. Les médiateurs de la consommation sont évalués, contrôlés, et notifiés à la Commission européenne par une nouvelle instance, la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation dont le secrétariat est assuré par la DGCCRF. Ces inquiétudes peuvent être écartées. En effet la médiation retenue par le législateur est celle qu'ont déjà voulue et installée les professionnels de notre secteur, avec d'autres. La loi généralise ce qui est déjà pratiqué, et demande à ce que tout consommateur puisse recourir gratuitement à un médiateur



de la consommation. La Commission d'évaluation et de contrôle a dû être instituée pour vérifier les conditions d'impartialité, de compétence, de transparence et d'efficacité des médiateurs. Ce sont celles qui, par exemple, figurent depuis 2011 dans la Charte de la MTV. Le législateur, à Paris comme à Bruxelles ou à Strasbourg, a reconnu l'intérêt et l'efficacité de la médiation pour tous les consommateurs. Il a repris et légalisé ses conditions de fonctionnement telles que pratiquées par les médiateurs depuis plusieurs années, dans les administrations comme dans les entreprises publiques et privées. Ce sont ces valeurs et ces principes qui rassemblent les médiateurs privés comme publics au sein du Club des Médiateurs au service du public, dont fait partie MTV.

de gauche à droite
Assis :
Natacha GUELFY
Nathalie BEAUJEUAN
Stéphanie BATTENDIER
Esther BOU ANTOUN
Debout :
Khalid EL WARDI - Secrétaire Général
Victoria LAFAYE
Jean-Pierre TEYSSIER - Médiateur
Clémentine AOUST
Gabrielle FILIPPINI

Cette année 2015 a par ailleurs vu l'extension du domaine de la MTV. De nouveaux professionnels du tourisme, du voyage, du transport et du loisir ont rejoint notre dispositif, comme la Fédération nationale des Transports de Voyageurs en autocar, ou les Armateurs de France. Ils vont être suivis dans notre secteur par de nombreux autres au 1^{er} janvier 2016, date à laquelle toute entreprise vendant des prestations à un consommateur devra lui offrir un médiateur en cas de différend. Notre médiation est devenue une référence pour le voyageur. En lui proposant la possibilité de soumettre sa demande en ligne sur notre site à compter du 1^{er} janvier 2016, la MTV renforce son attractivité.

Le rapport 2015 qui vous est présenté montre que l'an dernier, sans que pourtant cette saisine électronique soit en œuvre, nous avons connu une sensible augmentation des demandes de médiation, de près de 20 % par rapport à 2014. En même temps, le taux d'acceptation de nos avis que, rappelons-le, le professionnel comme le consommateur sont libres de refuser, est passé de 89,66 % à 92,75 %. Les différends qui nous sont soumis concernent pour moitié le transport aérien : la mondialisation favorise ce mode de transport, dont le développement entraîne parfois des retards ou des annulations de vol. Les réservations effectuées pour 70 % en ligne peuvent provoquer aussi des erreurs qui sont source de litiges. Le Médiateur doit proposer des solutions amiables en droit et en équité à partir d'une analyse rigoureuse du dossier de chaque plaignant, pour évaluer le dommage qui peut en résulter. Dans ce rapport figurent nos recommandations qui ont pour but, cette année comme les précédentes, de proposer aux professionnels des bonnes pratiques permettant d'éviter des problèmes à leurs clients. La médiation,

dans ce secteur comme dans tous les autres, aide les entreprises dans leur recherche d'une meilleure qualité de service au consommateur. Nous nous sommes efforcés d'en rencontrer le plus possible, dans cet esprit de coopération avec les professionnels qui cherchent à améliorer leurs prestations, leur réputation et l'image de leurs marques.

Mais la médiation n'est pas seulement un outil moderne de marketing pour les entreprises. Elle n'a pas non plus pour seul but de désengorger nos tribunaux. Elle est essentiellement un moyen de pacification des relations sociales dans une société en crise. Son succès, que le législateur vient de reconnaître, s'explique par sa capacité à mettre de côté, et à dépasser, les blocages suscités par un droit trop lourd et l'effacement des autorités sociales traditionnelles. Une logique nouvelle est ainsi permise : non plus celle, verticale et hiérarchique, de la justice étatique et du droit, mais celle, horizontale et égalitaire, qui déclenche une communication apaisée entre les parties grâce à l'introduction d'un tiers neutre et impartial. Comme le dit Étienne Le Roy « la médiation se révèle un mode original de gestion du lien social quand les armistices sociaux que sanctionnait le droit doivent être renégociés. La médiation est donc la procédure de l'âge post-moderne »¹. L'écoute, l'empathie, le souci de l'autre et la recherche d'un consensus qui privilégie les faits plutôt que les normes, sont les valeurs qui animent tout médiateur. C'est le respect de cette éthique, plus que des obligations légales, qui explique et conditionne son efficacité.

Jean-Pierre TEYSSIER

¹ Étienne Le Roy : La médiation mode d'emploi. In : Droit et société, n°29, 1995.

LES RENCONTRES DU MÉDIATEUR



Réunion avec des associations de consommateurs

JANVIER

- 22 - Comité MARL de la Commission Consommation du MEDEF
- 22 - AG du BAR
- 28 - Rencontre avec l'UTP

FÉVRIER

- 03 - Bureau du Club des Médiateurs
- 12 - Assemblée plénière du Club des Médiateurs
- 27 - Thalasso n° 1

MARS

- 10 - Médiation FFSA
- 10 - Déjeuner UTP
- 16 - Médiation SNCF
- 18 - Présentation du rapport annuel aux associations de consommateurs
- 19 - Conférence de presse pour la présentation du rapport annuel
- 24 - Thomas Cook
- 24 - Réunion du Club des Médiateurs à la Banque de France
- 26 - Vacances Transat
- 27 - SCARA



Rencontre avec Edgar ISERMAN du SOP (Berlin)

AVRIL

- 02 - ODIGEO
- 03 - Voyageurs du Monde
- 14 - Assemblée Générale du SNAV
- 15 - Aéroports de Paris
- 17 - Voyage Privé
- 20 - Air France
- 21 - Aéroports de France
- 23 - Groupe Voyageurs du Monde
- 23 - Transavia

MAI

- 03 - Assemblée Plénière du Club des Médiateurs
- 20 - Club des Médiateurs
- 21 - Médiation ENGIE

JUIN

- 1^{er} - Visite aéroport d'Orly
- 04 - Réunion à Bruxelles à la Commission européenne (DG Justice)
- 05 - Réunion à Bruxelles à la Commission européenne (DG Droits des Passagers)
- 18 - INC
- 19 - Armateurs de France (Marseille)
- 25 - Autorité de la Qualité de Service dans les Transports

JUILLET

- 02 - Assemblée Générale de la FNAM
- 07 - Séminaire du Club des Médiateurs avec la DGCCRF
- 22 - Air Tahiti Nui
- 22 - 20h de TF1 sur les voyages en ligne
- 30 - Marco et Vasco

SEPTEMBRE

- 04 - CTRC Bordeaux
- 15 - Armateurs de France
- 17 - Aéroports de Paris
- 18 - Aigle Azur
- 21 - Comité MARL au MEDEF
- 24 - CTRC Toulouse
- 24 - JT de France 3
- 29 - Salon Top Résa
- 30 - Conférence UTP à Lyon

OCTOBRE

- 01 - Conférence à TOP RESA
- 05 - Médiation RATP
- 05 - FNAUT
- 05 - UNAT
- 07 - CTRC Blois
- 09 - Rencontre FCA
- 12 - Conférence « Droit et médiation »
- 13 - Rencontre BAR FRANCE
- 15 - CGT INDECOSA
- 28 - Conférence Club des Médiateurs
- 29 - Voyage Privé
- 29 - Réunion Air France, EasyJet, Tahiti NUI, XL AIRWAYS, Aigle Azur, Air Austral

NOVEMBRE

- 16-18 - Atelier médiation lors des journées des entrepreneurs du voyage (Marseille)
- 19 - Formation médiation IGPDE
- 23 - Bureau du Club des Médiateurs
- 25 - BAR FRANCE
- 26 - Réunion du Club des Médiateurs à la MCE

DÉCEMBRE

- 03 - DGCCRF
- 08 - Rencontre Edgar ISERMAN du SOP (Berlin)
- 09 - Animation formation pour EPT
- 09 - Thello
- 10 - Réunion Air France
- 11 - Club des Médiateurs

LES FAITS MARQUANTS

07/01/2015

Attentat terroriste contre le journal Charlie Hebdo : début de la chute du tourisme à Paris.

15/01/2015

Championnat du monde de handball au Qatar.

04/02/2015

Crash du vol 235 TransAsia.

18/03/2015

Attentat terroriste au musée du Bardo à Tunis.

20/03/2015

Double attentat-suicide à Sanaa, au Yémen.

24/03/2015

Crash d'un Airbus A320 dans les Alpes de Haute Provence.

02/04/2015

Attentat à l'université de Garissa, au Kenya.

25/04/2015

Séisme au Népal faisant plus de 7 800 morts.

25/04/2015

Violentes émeutes aux États-Unis.

01/05/2015

Ouverture de l'exposition universelle à Milan.

13/05/2015

Ouverture du 68^e Festival de Cannes.

06/06/2015

Ouverture de la Coupe du monde de football féminin au Canada.

18/06/2015

Reconstitution spectaculaire à Waterloo pour le bicentenaire de la bataille.

03/07/2015

Un avion propulsé par énergie solaire, réalise un vol Japon-Hawaï.

17/08/2015

Explosion d'une bombe à Bangkok.

22/08/2015

Début des championnats du monde d'athlétisme à Pékin.

04/09/2015

39^e édition du championnat d'Europe de basket-ball masculin en France.

11/09/2015

Accident de grue à la Grande Mosquée de La Mecque.

18/09/2015

Ouverture de la coupe du monde 2015 de rugby en Angleterre.

03/10/2015

Inondations dans les Alpes-Maritimes.

05/10/2015

Mouvement social des salariés d'Air France.

29/10/2015

Dépôt de bilan pour FRAM.

13/11/2015

Attentats terroristes dans les 10^e et 11^e arrondissements de Paris.

20/11/2015

L'État d'urgence en France est prolongé de 3 mois.

20/11/2015

Attentat terroriste dans un hôtel à Bamako.

QUELQUES CHIFFRES PUBLIÉS EN 2015

- Le tourisme représente 7,4 % du PIB en 2014.
- La destination France conserve le premier rang mondial en 2014, avec 83,8 millions d'arrivées de touristes internationaux, et le troisième rang en termes de recettes (43,2 milliards d'euros).
- Le taux de départ en voyage des Français est de 74,3 % en 2014. Ils ont réalisé 205,9 millions de voyages pour des motifs personnels, dont 88 % en France métropolitaine.

Données : Ministère de l'Économie de l'Industrie et du Numérique – rapport 2015

L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE JURIDIQUE DE LA MÉDIATION

L'évolution du contexte juridique de la médiation en 2015 est marquée par la transposition en droit français de la Directive Européenne 2013/11/UE du 21 mai 2013 - relative au règlement extrajudiciaire des litiges.

Cette transposition s'est faite par l'adoption d'une ordonnance publiée le 20 août 2015² et d'un décret du 30 octobre³, édictant le principe d'une **obligation pour tous les professionnels de proposer gratuitement un médiateur à leurs clients consommateurs** et précisant le champ d'application et les conditions dans lesquelles la médiation de la consommation doit être organisée en France.

L'OFFRE D'HÉBERGEMENT MARCHAND AU 1^{er} JANVIER 2015

| | Établissements en milliers | lits en milliers | lits en % |
|--|----------------------------|------------------|------------|
| Hôtels de tourisme | 18,1 | 1 283,6 | 24,2 |
| Résidences de tourisme | 2,3 | 699,4 | 12,9 |
| Campings | 7,9 | 2 668,1 | 49,3 |
| Villages de vacances et maisons familiales | 1,0 | 260,0 | 4,8 |
| Auberges de jeunesse | 0,3 | 31,3 | 0,6 |
| Meublés classés de tourisme* | 82,4 | 386,2 | 7,1 |
| Chambres d'hôtes | 31,7 | 63,5 | 1,1 |
| Ensemble de l'hébergement marchand | 143,8 | 5 392,1 | 100 |

LE CLASSEMENT DES PAYS SELON LES ARRIVÉES DE TOURISTES INTERNATIONAUX source : Organisation mondiale du tourisme

| pays visités | rang 1980 | rang 2014 | arrivées 2014 en millions | évolution 14/15 en % |
|-----------------------|-----------|-----------|---------------------------|----------------------|
| France | 1 | 1 | 83,8 | 0,2 |
| États-Unis | 2 | 2 | 74,8 | 6,8 |
| Espagne | 3 | 3 | 65,0 | 7,1 |
| Chine | 18 | 4 | 55,6 | -0,1 |
| Italie | 4 | 5 | 48,6 | 1,8 |
| Turquie | 52 | 6 | 39,8 | 5,3 |
| Allemagne | 9 | 7 | 33,0 | 4,6 |
| Royaume-Uni | 7 | 8 | 32,6 | 5,0 |
| Russie | ND | 9 | 29,8 | 5,3 |
| Mexique | 8 | 10 | 29,3 | 21,5 |
| Total du monde | | | 1 133 | 4,2 |

Ces textes instaurent notamment une Commission d'Évaluation et de Contrôle des Médiateurs de la Consommation et instaurent un certain nombre d'autres obligations pour les professionnels et les médiateurs.

LES PROFESSIONNELS DEVRONT, NOTAMMENT :

- Mettre en place ou rejoindre un système de médiation répondant aux exigences légales.
- Communiquer au consommateur, les coordonnées du médiateur dont ils relèvent.
- Mettre à jour leurs documents commerciaux (site, CGV, bons de commande...).
- S'acquitter d'amendes administratives pouvant aller jusqu'à 15 000 € en cas de non-respect de ces obligations.

LES MÉDIATEURS POUR ÊTRE RÉFÉRENCÉS PAR LA COMMISSION DEVRONT, NOTAMMENT :

- Respecter des délais de procédure stricts (pour les échanges et les clôtures de dossier).
- Respecter des obligations de confidentialité, d'impartialité et de compétence.
- Rendre compte annuellement de leur bilan d'activité.
- Disposer d'un site internet précisant l'ensemble des éléments d'information à destination des consommateurs.
- Pouvoir être saisi par voie électronique et postale.
- Transmettre régulièrement à la commission d'évaluation et de contrôle les informations nécessaires à l'évaluation de leur activité.

² Ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

³ Décret n° 2015-1382 du 30 octobre 2015 relatif à la médiation des litiges de la consommation.

TÉMOIGNAGES



René Marc CHIKLI
Président de la MTV
et Président du Syndicat des
Entreprises du Tour Operating



Sophie HUBERSON
Délégué Général
du SNELAC

« En qualité de Président de la MTV, je tiens, tout d'abord à rendre hommage au travail accompli par le Médiateur et toute son équipe durant l'exercice 2015, qui a été particulièrement chargé tant au niveau du développement interne de la structure que de son champ de compétence.

En effet, la transposition en droit français de la Directive Européenne 2013/11 relative au Règlement Extrajudiciaire des Litiges de Consommation, a nécessité la mise en conformité du dispositif et des process de la MTV, notamment par l'actualisation de certains supports de communication (site internet, charte, courriers...), mais aussi et surtout, par la mise en place d'un système efficace de saisine électronique pour les consommateurs.

Ces évolutions législatives et la reconnaissance de l'excellent travail accompli par la MTV, ont incité un certain nombre d'organisations professionnelles à nous rejoindre en cours d'année. Aujourd'hui, la MTV est donc LA Médiation de référence, dans les secteurs du voyage, de l'hébergement, du transport et des loisirs. Pour continuer cette unification et offrir au consommateur une voie de recours simple, efficace et transparente, un élargissement aux transporteurs aériens étrangers fait d'ores et déjà partie de nos projets de développement en 2016. »

« Le Syndicat National des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels rassemble les sites de loisirs et culturels recevant un public familial dans un espace clos et aménagé. Avec près de 52 millions de visiteurs annuels et des visites pouvant représenter 70 % de la fréquentation, nos opérateurs ont pour priorités la sécurité et la qualité de l'accueil. La satisfaction du public est le moteur de notre secteur d'activité, la notoriété est le facteur garantissant la pérennité de nos entreprises. Enquête de satisfaction, formation du personnel, contrôle qualité... tout est mis en œuvre pour faire vivre une expérience unique à nos visiteurs. Néanmoins le "zéro-défaut" est un idéal et l'opérationnel nous rappelle que la réalité peut parfois être différente. Grâce à la médiation du tourisme, gage de sérieux et d'engagement pour les entreprises et tiers de confiance pour garantir le droit des consommateurs, nous pouvons offrir un service de qualité mutualisé à nos membres et pour l'ensemble des visiteurs de nos sites. »

“Le plus grand voyageur est celui qui a su faire une fois le tour de lui-même.”

Confucius



Sylvain CRAPEZ
Délégué Général de l'UNAT
(Union Nationale des Associations de Tourisme et de Plein Air).

« L'UNAT, association reconnue d'utilité publique, fédère et défend le réseau des acteurs professionnels du tourisme ancrés dans l'économie sociale et solidaire. L'Union est constituée de 65 membres nationaux (comme VVF, UCPA, Ligue de l'enseignement...) et de 524 membres réunis au sein des UNAT en région. Elle représente un secteur économique large rassemblant des villages de vacances, des centres sportifs, des auberges de jeunesse, des voyageurs, des organisateurs de séjours, des refuges, des gîtes, des centres internationaux de séjours... Au niveau national, le réseau regroupe près de 1 500 établissements pour 230 000 lits qui accueillent 4,5 millions de vacanciers, emploient 42 000 personnes et réalisent un chiffre d'affaires annuel tourisme de l'ordre de 1,6 Mds €. L'UNAT défend une vision humaniste du tourisme, facteur d'inclusion sociale et s'engage pour un tourisme de qualité accessible à tous et acteur du développement économique, social et environnemental des territoires. Son adhésion à la MTV répond donc à nos objectifs de promesse tenue en direction de nos clients et de nos partenaires et s'inscrit dans un processus de mutualisation des services en direction de nos membres. »



Patricia FOUCHER
Chef du service des études juridiques, économiques et de la documentation
Institut National de la Consommation

« L'Institut National de la Consommation se félicite de l'existence de la médiation « Tourisme et Voyage ». L'existence d'un médiateur commun à un secteur professionnel permet aux consommateurs de disposer d'un moyen souple et rapide de résolution de leur différend. L'élargissement progressif du champ de compétence du Médiateur à de nombreux acteurs du tourisme facilite l'accès à ce mode alternatif de règlement des litiges. La médiation MTV permet d'apporter une réponse à des litiges qui peuvent être complexes de par la multiplicité des acteurs intervenant par exemple dans l'exécution d'un forfait touristique, et ce d'autant plus lorsque ceux-ci sont situés à l'étranger. Alors que le recours judiciaire nécessite d'effectuer plusieurs démarches (assignation, appels en garantie), le recours à la médiation nécessite une seule saisine du Médiateur envers l'un des prestataires impliqués. Le Médiateur prendra ensuite contact avec les autres protagonistes et opérera une médiation avec l'ensemble des parties et non pas avec chacune d'entre elles. Une autre caractéristique de la médiation est le possible recours à l'équité, ce qui permet de prendre en compte la situation particulière du consommateur dans la solution préconisée. Ce dernier peut ainsi bénéficier d'une solution qui lui sera favorable alors même que l'application stricte de la règle de droit conduirait à une solution négative. Enfin, au-delà de la résolution individuelle des litiges, le dialogue instauré avec l'ensemble des parties prenantes, dont l'INC, contribue au final à l'amélioration des pratiques et à la prévention des litiges. »

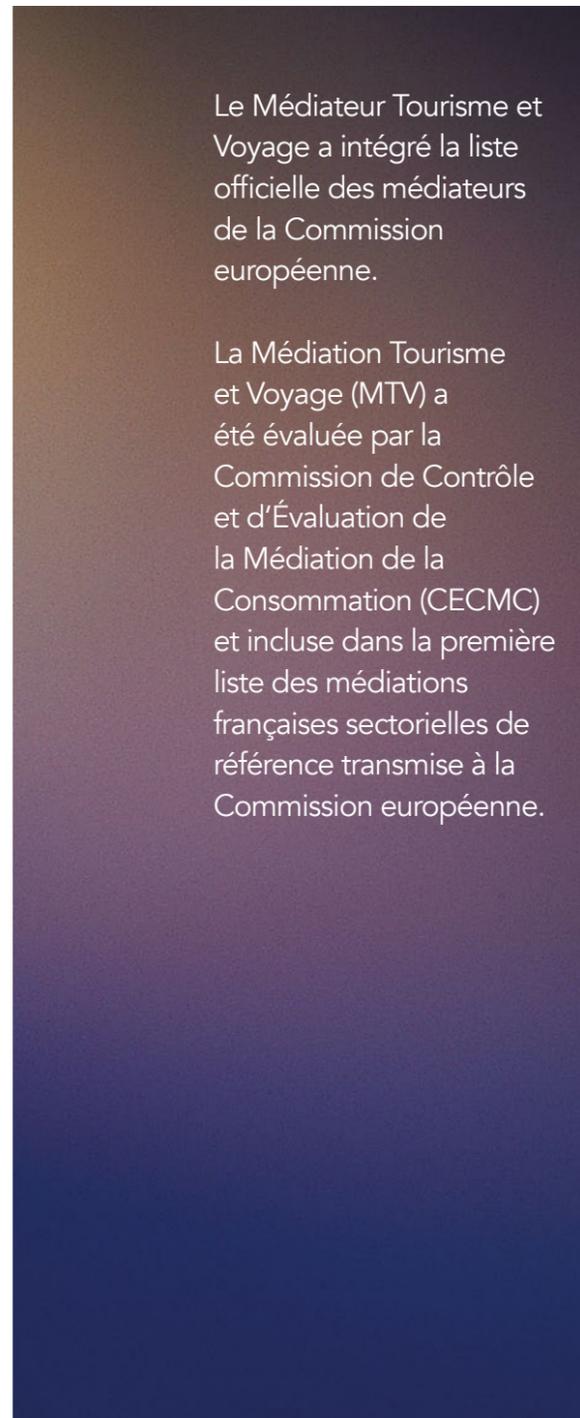


Aline WANGERMEE
Direction de la vente directe et du service au client d'Air France

« Depuis la création de la Médiation Tourisme et Voyages, la Compagnie Air France est présente à ses côtés. Nous nous félicitons des échanges réguliers et instructifs que nous entretenons. En effet, l'évolution rapide du droit du transport nécessite une réactivité immédiate et une analyse approfondie de chaque dossier. Le regard expert et impartial porté par la médiation sur le transport aérien en général et la relation d'Air France avec ses clients en particulier en cas de litiges, même s'il est parfois critique, nous accompagne dans cette adaptation. Ayant tous à cœur de placer le client au centre de notre activité, cette démarche s'inscrit parfaitement dans les objectifs de proximité et de clarté de notre Service Client. Le recours possible à la médiation est tout à fait bénéfique pour nos clients, qui sont ainsi rassurés et convaincus du fondement de la réparation souvent conjointement proposée. »

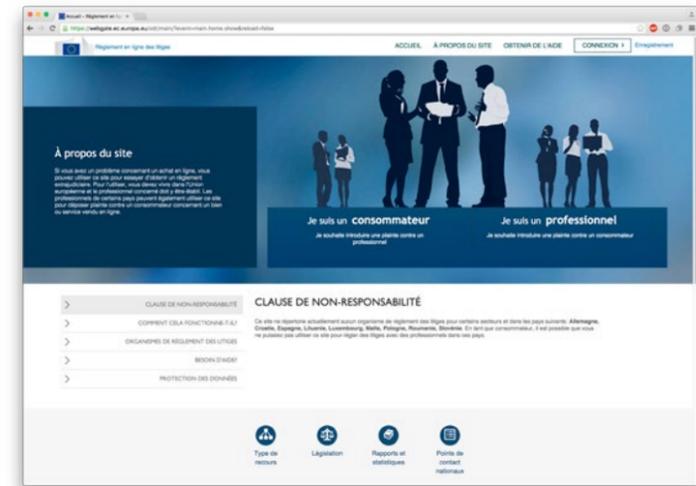
L'ACTIVITÉ DE LA MTV

ÉVALUATION ET RÉFÉRENCIEMENT DE LA MTV PAR LA CECMC



Le Médiateur Tourisme et Voyage a intégré la liste officielle des médiateurs de la Commission européenne.

La Médiation Tourisme et Voyage (MTV) a été évaluée par la Commission de Contrôle et d'Évaluation de la Médiation de la Consommation (CECMC) et incluse dans la première liste des médiations françaises sectorielles de référence transmise à la Commission européenne.



UNE RECONNAISSANCE DE SÉRIEUX ET DE QUALITÉ

Cette notification est un gage de compétence, de sérieux et de qualité. Pour l'obtenir, la Médiation Tourisme et Voyage (MTV) et le Médiateur M. Jean-Pierre Teyssier, ont été évalués par la CECMC sur la base de critères tels que :

- L'indépendance, l'impartialité, la motivation et la compétence du Médiateur.
- Le respect des conditions de formes et de procédures imposées par les textes.
- L'existence d'un site internet aisément accessible et la possibilité d'une saisine en ligne.

À l'issue de cette phase d'évaluation, la commission a donc considéré que la MTV satisfaisait pleinement à l'ensemble de ces critères.

Cette reconnaissance désormais européenne est le fruit d'une forte implication depuis 2012 de tous les professionnels du tourisme et des transports pour organiser une véritable médiation sectorielle de référence.

UN CHAMP DE COMPÉTENCE TERRITORIALE ÉLARGI À L'ENSEMBLE DE L'UNION EUROPÉENNE

En raison de la spécificité du secteur couvert (transfrontalier et très digitalisé), la MTV figurera également sur la liste des entités compétentes pour les règlements extrajudiciaires des litiges en ligne.

La MTV sera ainsi compétente pour les litiges concernant des « obligations contractuelles découlant de contrats de vente ou de service en ligne entre un consommateur résidant dans l'Union européenne et un professionnel établi dans l'Union européenne », conformément à l'article 2 du Règlement Européen 2016/2014 du 21 mai 2013.

LES ADHÉRENTS & NOUVEAUX ADHÉRENTS

LES ADHÉRENTS AVANT 2015 :



Fédération Nationale de l'Aviation Marchande

Créée en 1990, elle représente plus de 95 % de la flotte et des activités du secteur du transport aérien français, dont les compagnies : Aigle Azur, Air caraïbes, Le Groupe Air France, Corsair ou encore XL Airways...



Union National des Organisations de Séjours Éducatifs, Linguistiques, et de Formation en Langues

Avec 66 organismes (dont UNI SCO et CAP MONDE), L'UNOSEL professionnalise l'activité des séjours linguistiques.



Syndicat des Entreprises de Tour Operating

Compte 71 Tour Opérateurs, dont il assure la défense des intérêts sur les enjeux d'avenir de leur profession, en particulier les mutations de marché, technologiques, juridiques, consuméristes et sociales.



Fédération Nationale des Transports de Voyageurs

Représente 1 500 entreprises du transport routier de voyageurs en autocar, qu'il s'agisse de transport scolaire, lignes régulières départementales, régionales, interrégionales et nationales, services touristiques.



Casinos de France regroupe aujourd'hui une centaine de casinos.

Sont notamment membres du syndicat les casinos des Groupes BARRIERE, JOA, TRANCHANT, EMERAUDE, COGIT et un certain nombre d'indépendants (Saint-Valery en Caux, Aix Grand Cercle, Evian, Cavalaire, Mandelieu...).



Le Groupement des exploitants professionnels du parachutisme

Regroupe les structures exploitantes des aéronefs pour la pratique du parachutisme. Il représente ses membres auprès des différentes instances officielles nationales et européennes qui peuvent avoir un lien direct ou indirect avec le parachutisme.



Syndicat National des Agences de Voyages

Regroupe plus de 3 000 agences de voyages et Tour Opérateurs. Sa mission consiste avant tout à défendre la profession, dans les négociations qu'il mène (pouvoirs publics, autres acteurs du tourisme...).



EasyJet

Opère plus de 700 routes desservant plus de 130 aéroports dans 32 pays. Au 1^{er} juillet 2015, sa flotte est composée de plus de 240 appareils. Elle est la seconde compagnie européenne en nombre de passagers transportés.



Le Syndicat des Compagnies Aériennes Autonomes

Regroupe 8 compagnies aériennes (dont Europe Airpost, Air Tahiti NUI et...) basées en métropole et dans les territoires ultramarins.



Le Syndicat National des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels

Fédère actuellement plus de 230 adhérents dans leur diversité ; de Disneyland Resort Paris, Parc Astérix, Futuroscope, Aqualand, Grand Parc du Puy du Fou, Tour Eiffel à des entreprises régionales ou familiales employant moins de dix salariés et réparties sur l'ensemble du territoire français.



L'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie

Représente, défend et promeut les professionnels indépendants de l'hôtellerie, de la restauration, des bars, des cafés, des brasseries, du monde de la nuit et des professions saisonnières, dans toutes les régions et départements de France.



L'Union des Aéroports Français Syndicat professionnel des aéroports français.

Créée en 1938 sous le nom d'UCCEGA puis d'Union des Aéroports Français, cette association professionnelle regroupe 145 membres qui exploitent près de 164 aéroports en France métropolitaine et Outre-mer, soit la totalité du trafic commercial français.



Aéroports de Paris

Construit, aménage et exploite des plates-formes aéroportuaires, dont les deux principales sont celles des aéroports de Paris-Orly et de Paris-Charles-de-Gaulle. Ils ont accueilli 92,7 millions de voyageurs en 2015.



L'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air

Association reconnue d'utilité publique créée en 1920. Tête de réseau du Tourisme Social et Solidaire. Coordonne un réseau de 56 membres nationaux et de 20 UNAT en région.



Armateurs de France

Représente 47 entreprises françaises de transport et de services maritimes et 10 millions de passagers transportés par an.



Union des Transports Publics et Ferroviaires

Représente plus de 150 entreprises de transport urbain réparties sur le territoire français. Elle représente la profession et défend les intérêts collectifs de ses adhérents auprès des institutions françaises et européennes.

PROCÉDURE DE TRAITEMENT DES DOSSIERS

QUI PEUT SAISIR ?

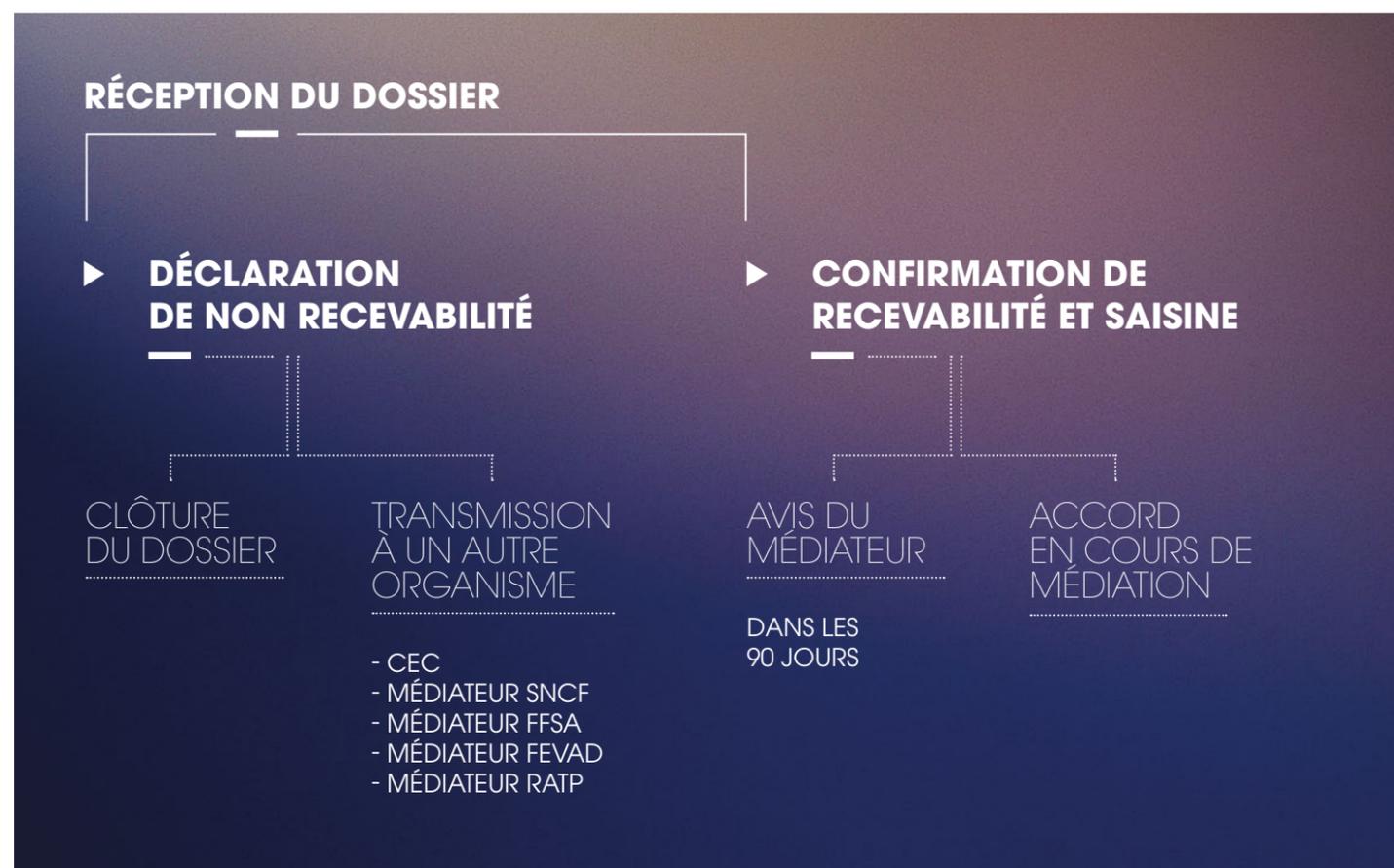
Un consommateur (ou via son représentant) ayant un litige avec une agence de voyages, un Tour Opérateur, une compagnie aérienne ou tout autre prestataire ayant adhéré soit directement, soit par l'intermédiaire d'une de leurs organisations professionnelles, et signataires de la Charte de Médiation MTV, le litige portant sur une prestation seule ou sur un forfait touristique.

COMMENT SAISIR LA MÉDIATION ?

Directement via le formulaire en ligne sur notre site www.mtv.travel ou par courrier postal à l'adresse suivante :
MTV
Médiation Tourisme Voyage
BP 80 303 -
75 823 Paris Cedex 17

CONDITIONS DE RECEVABILITÉ DES DOSSIERS

1. Saisine préalable du service gérant l'après-vente auprès du professionnel.
2. Réponse négative / non satisfaisante ou absence de réponse dans le délai prévu par les conditions de vente (maximum 60 jours).
3. La demande de médiation devra intervenir dans l'année à compter de la saisine du professionnel.
4. Professionnel ayant adhéré à la Charte MTV.



LES STATISTIQUES

I. STATISTIQUES GÉNÉRALES

1. Demandes de médiation

2 705 demandes de médiation en 2015 contre **2 262** en 2014.

La Médiation Tourisme et Voyage enregistre cette année une augmentation de près de 20 % par rapport à 2014. Cette croissance au recours au Médiateur s'explique d'une part, par l'élargissement du champ de compétence du Médiateur, qui traite désormais les litiges relatifs aux transports maritimes et routiers, avec l'adhésion en 2015 d'Armateurs de France, de l'Union des Transports Publics et Ferroviaires (UTP) et de la Fédération Nationale des Transports de Voyageurs (FNTV) ; et d'autre part, du fait d'une visibilité accrue du dispositif, mis en avant par les pouvoirs publics, les professionnels, les associations de consommateurs et les médias.

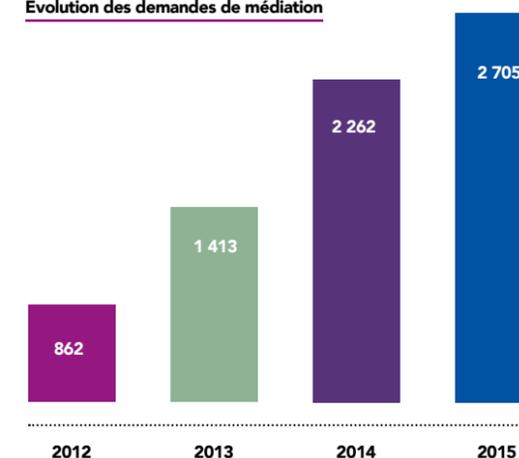
Le nombre de demandes de médiation devrait connaître une augmentation importante en 2016 avec l'adhésion de nouvelles organisations/entreprises du secteur et la mise en place de la saisine électronique.

2. Dossiers non recevables

900 dossiers non recevables contre **675** en 2014.

La proportion de dossiers non recevables reste stable par rapport aux années 2014 et 2013 et représente 32 % des dossiers reçus. Elle tient essentiellement à des demandes pour des litiges relevant d'entreprises n'entrant pas dans le champ de compétence du Médiateur. (Ce premier motif d'irrecevabilité pourrait se réduire en 2016 avec l'adhésion attendue de nouvelles entreprises).

Évolution des demandes de médiation



3. Dossiers transmis à une autre médiation

Afin de faciliter pour le consommateur le recours à la médiation, la MTV s'était dès 2013 rapprochée des médiateurs de la SNCF, de la FEVAD et de la Fédération Française des Sociétés d'Assurances par le biais d'accords de répartition de compétence. Cette clarification se poursuit en 2015 par la signature de nouveaux protocoles d'accord avec les médiateurs de la RATP (voir annexe) visant à mettre en place une coopération efficace et orienter les consommateurs en cas de litiges pouvant relever de compétences communes. Les équipes de la MTV ont ainsi transféré à d'autres médiations, 182 dossiers en 2015 (contre 40 en 2014). Par ailleurs, dans le cadre de litiges transfrontaliers, la Médiation Tourisme et Voyage peut être amenée à recevoir et transmettre des dossiers au Centre Européen des Consommateurs avec lequel un accord a été signé en 2014.

4. Dossiers recevables ouverts et traités

1 805 dossiers recevables ouverts contre **1 587** en 2014

218 dossiers de plus qu'en 2014 ont été ouverts et traités, soit une augmentation de 14 % par rapport à 2014 et de plus de 24 % par rapport à 2013. Le pourcentage des dossiers recevables reste constant par rapport aux années précédentes mais augmente donc en valeur absolue. La meilleure connaissance, par les consommateurs, du dispositif et de ses membres, ainsi que l'élargissement du périmètre de compétence de la MTV et l'augmentation du nombre de dossiers reçus à périmètre constant, expliquent cette amélioration.

5. Dossiers recevables en cours de clôture

14 dossiers recevables en 2015 restent en cours de traitement début 2016.

Un traitement rationalisé des dossiers et le renforcement des effectifs ont permis au Médiateur de proposer une résolution amiable dans les meilleurs délais pour la quasi-totalité des dossiers reçus. Seuls ces 14 dossiers reçus en 2015 restent en cours de traitement en 2016, dans la plupart des cas, en raison de l'envoi tardif par l'une des parties d'éléments d'information supplémentaires demandés par le Médiateur.

6. Résolutions de litiges avant avis

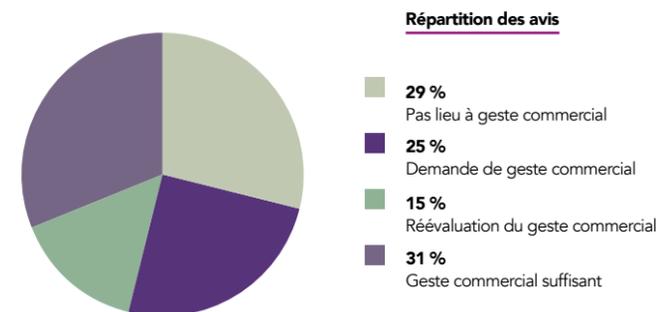
339 résolutions de litiges avant avis contre 304 en 2014.

On note, en 2015, une légère augmentation du nombre de dossiers résolus avant que le Médiateur ait à émettre un avis. L'échange permis entre les protagonistes d'un litige grâce à la médiation leur permet en effet quelques fois de s'accorder. Ce type de résolution conserve donc une place importante (près de 20 % des résolutions) et met en lumière un autre des rôles de la médiation : mettre les parties en situation de renouer le dialogue, et leur permettre devant un tiers impartial d'aboutir à une solution émanant d'eux-mêmes.

7. Avis

1 449 avis ont été proposés au titre des dossiers 2015, contre 1 268 en 2014 et 655 en 2013.

L'augmentation du nombre d'avis émis en 2015 est proportionnelle à celle du nombre de demandes reçues. Le Médiateur se félicite du fait que malgré un nombre croissant de dossiers à traiter, la MTV s'est attachée à respecter les délais qu'elle s'était imposés, tout en



continuant à apporter le même soin à l'élaboration et la rédaction de ses avis et recommandations.

Au total, entre les avis envoyés et les accords obtenus en cours de médiation, 1 783 propositions de résolution amiable ont été émises en 2015.

8. Délais moyens de traitement

Le décret d'application de l'ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015, relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, impose aux médiateurs (sauf dossier complexe et à condition d'en aviser les parties) un délai de 90 jours pour proposer une solution au litige. Il a été respecté en 2015 pour 96 % des dossiers.

La Charte MTV s'était fixé à l'origine un objectif de résolution des dossiers en 60 jours qu'elle atteint dans plus de 80 % des dossiers traités – allant même jusqu'à un chiffre beaucoup plus bas en moyenne (voir ci-contre).

Il est à noter, que l'une des spécificités de l'activité de la MTV, est qu'un même dossier peut mettre en cause plusieurs professionnels intervenant dans la vente ou l'exécution des prestations litigieuses (ex : agence de voyages / Tour Opérateur / Transporteur / Hôtelier) et nécessiter un temps d'examen et de traitement plus long dans certains cas.

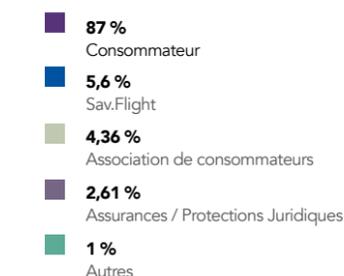
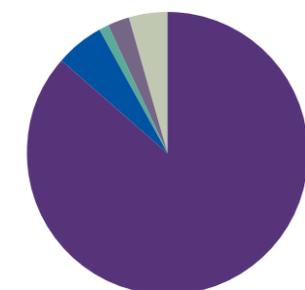


9. Taux d'acceptation des avis

92,24 % des avis proposés par le Médiateur Tourisme et Voyage ont été acceptés par toutes les parties (professionnel(s) et consommateur). Le taux d'acceptation s'est donc amélioré par rapport à 2014 (89,66 %), malgré une augmentation importante du nombre d'avis rédigés.



II. SOURCES ET NATURES DES DOSSIERS

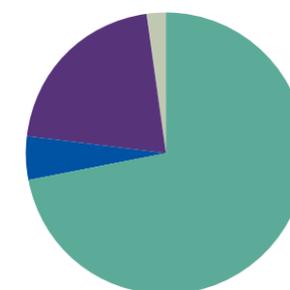


1. Origine des dossiers

Si les demandes faites directement par le consommateur constituent la grande majorité des cas, on observe en 2015 une diversification intéressante de l'origine des demandes de médiation.

Une des nouvelles « sources », résulte de la mise en place depuis 2015, d'une collaboration entre la MTV et le site internet SAVFLIGHT.COM⁴ et de les orienter vers le Médiateur en cas d'échec. Ce canal représente 5,6 % des demandes de médiation reçues à la MTV cette année.

⁴ Site mis en place par les compagnies aériennes, dans le but d'éviter au consommateur la « fausse route des officines » qui privilégient quasi systématiquement la voie judiciaire et traiteront son dossier de réclamation moyennant un commissionnement sur l'indemnité éventuellement obtenue.



2. Canal de distribution

Le pourcentage de litiges relatifs à des achats effectués en ligne connaît une progression continue depuis 2012 (il était de 71 % en 2015). Il est à noter que si ce canal est, en lui-même, une source potentielle de litiges spécifiques (erreur de frappe, bug...), la prévalence de ce canal de distribution sur les autres s'explique en majeure partie par la composition de la nouvelle économie du tourisme qui fait une part belle (quasiment dans les mêmes proportions) à la réservation en ligne.

La part des litiges concernant des voyages réservés par téléphone connaît également une progression notable depuis plusieurs années et la résolution de ce type de demandes de médiation peut parfois s'avérer difficile lorsque la conversation passée lors de la réservation entre l'agent de voyages et le client n'a pas été enregistrée.

3. Nature de la prestation

On note une augmentation substantielle du nombre de litiges liés à la vente de billets d'avion secs et à l'exécution du contrat de transport. Ce chiffre peut en grande partie s'expliquer par le partenariat conclu avec SAV.FLIGHT en 2015 qui redirige systématiquement les clients n'ayant pas pu trouver une solution amiable avec une compagnie aérienne vers le Médiateur Tourisme et Voyage. Cette tendance devrait se confirmer avec l'adhésion prochaine de compagnies aériennes étrangères opérant en France et non encore intégrées au dispositif MTV.

Le forfait touristique reste naturellement le deuxième type de prestation concerné par les litiges en 2015. On s'attend par ailleurs en 2016 à une augmentation du nombre de litiges liés à d'autres modes de transports secs que l'aérien du fait de l'adhésion cette année de l'UTP, d'Armateurs de France et de la FNTV.

NATURE DE LA PRESTATION VENDUE part en %

Transport aérien seul

2015 53,53
2014 51,60

Forfait touristique

2015 43,89
2014 46

Hébergement seul

2015 1,72
2014 1,51

Autres transports seuls

2015 0,45
2014 0,49

Location de véhicule

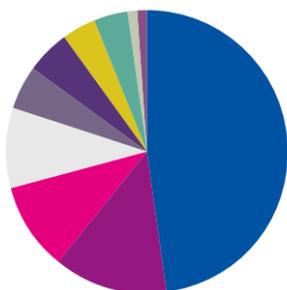
2015 0,33
2014 0,40

Prise en charge aéroport

2015 0,08
2014 —

III. RÉPARTITION TYPOLOGIQUE DES DOSSIERS

1. Les chiffres



Type de litiges en 2015



2. Commentaires concernant les principaux motifs de réclamations

Réclamations liées à l'aérien

Les problèmes rencontrés au cours d'un vol (hors problème de bagages) demeurent de loin la principale cause de recours au Médiateur Tourisme et Voyage. Ces réclamations portent quasi exclusivement sur des demandes d'indemnisation relatives à des retards ou des annulations de vols.

Les juges français et européens ont récemment pu préciser l'application du droit des passagers avec des jurisprudences, fort utiles compte tenu de la complexité de la réglementation européenne applicable.

Réclamations liées à l'annulation de voyages à forfait

Les réclamations liées à l'annulation de voyages à forfait deviennent cette année la deuxième cause de saisine du Médiateur alors qu'elles n'arrivaient qu'en 4^e position en 2014.

Cela est dû aux nombreux événements géopolitiques (attentats et conflits intervenus dans plusieurs pays) et climatiques (tremblement de terre au Népal) en 2015.

Ces événements ont modifié les parcours de nombreux circuits ou provoqué l'annulation pure et simple de voyages dont le bon déroulement était compromis.

On remarque que, dans certains cas, ce type de situation entraîne des réclamations suite au mécontentement de voyageurs qui veulent maintenir leur séjour dans une zone qui peut être risquée. À l'inverse des voyageurs souhaitent annuler leurs réservations alors que leur pays de destination est jugé sûr par leur prestataire.

Dans ce cas le professionnel, qui est soumis à une obligation de sécurité à l'égard de ses clients, s'il décide de maintenir des voyages vers des parties du monde qu'il juge sûres, considérera souvent l'annulation d'un voyageur qui craint pour sa sécurité comme non fondée et souhaitera lui appliquer les frais d'annulation prévus par les conditions de vente.

En outre, peut se poser la question de l'assimilation d'une modification essentielle du contrat, au sens du Code du Tourisme, à une annulation pure et simple du voyage (cette question fera l'objet d'un développement dans la partie "problématique de l'année").

"Il n'est pas permis au plus équitable homme du monde d'être juge en sa cause"

[Pascal](#)

IV. RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES DOSSIERS



France 12,77 %

Elle conserve en 2015 sa place de première destination concernée par les dossiers envoyés au Médiateur. Ce pourcentage s'explique notamment par le fait que la France conserve le premier rang mondial d'arrivées de touristes internationaux, avec 83,8 millions et un taux de départ en voyage des Français de 74,3 % (chiffres DGE 2015).



Maroc 4,17 %

Les formalités d'entrée sur le territoire marocain ont changé en 2015. Ce pays qui tolérait jusque-là la carte nationale d'identité dans le cadre de voyages organisés requiert désormais un passeport en cours de validité pour les ressortissants français quel que soit le type de prestation achetée. Certains voyageurs, qui ont pu être surpris par cette nouvelle procédure, se sont ainsi vus refuser l'entrée au Maroc cette année. On retrouve logiquement un nombre très supérieur à la moyenne de litiges causés par un problème de formalités administratives.



États-Unis 8,21 %

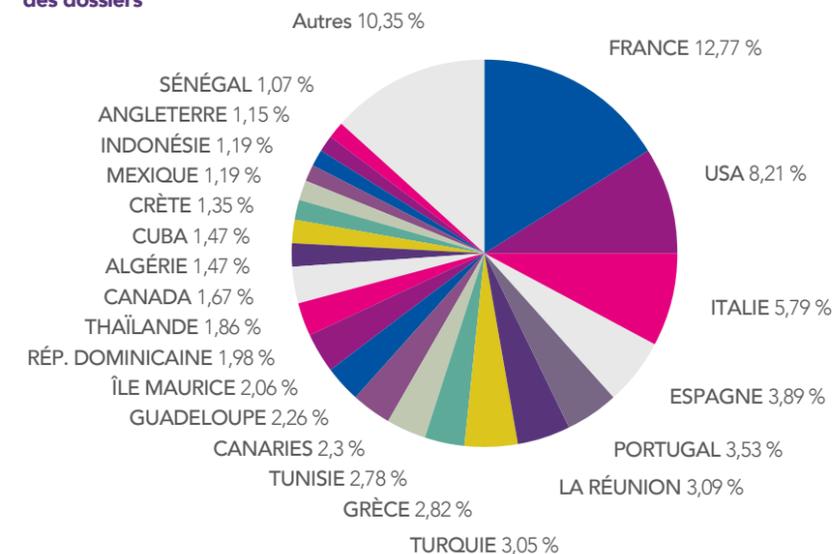
Ils restent la deuxième destination en termes de litiges reçus. Les types de problèmes rencontrés représentent un miroir fidèle de ceux rencontrés sur l'ensemble des destinations, à savoir : problèmes résultant du transport aérien, des annulations de voyages à forfait et des plaintes relatives à des prestations non respectées. Aussi, la présence de la destination sur ce « podium » s'explique essentiellement par son succès auprès des touristes français (principale destination en volume d'affaires sur le long courrier entre juin et novembre 2015 selon le baromètre SNAV-ATOUT FRANCE).



Italie 5,79 %

Pour une destination comme l'Italie par exemple, un événement conjoncturel peut également expliquer le positionnement de la destination dans ce tableau. En effet, l'incendie d'une partie de l'aéroport de Rome survenu au mois de juin a entraîné l'annulation de nombreux vols, compromettant également un certain nombre de voyages à forfait de courte durée.

Répartition géographique des dossiers



AUTRES (- DE 1 %) : SICILE 0,99 % - INDE 0,95 % - VIETNAM 0,71 % - MADAGASCAR 0,71 % - BALÉARES 0,67 % - CROISIÈRE 0,6 % - CAP VERT 0,6 % - RUSSIE 0,6 % - SRI LANKA 0,6 % - MADÈRE 0,56 % - CROISIÈRE MÉDITERRANÉE 0,56 % - PÉROU 0,56 % - CHINE 0,56 % - ISRAËL 0,56 % - JAPON 0,52 % - ÉGYPTÉ 0,52 % - ARGENTINE 0,48 % - ALLEMAGNE 0,48 %

EXEMPLES D'AVIS RENDUS PAR LE MÉDIATEUR ET ACCEPTÉS PAR LES PARTIES

CAS 1 – ABSENCE D'INFORMATION SUR LES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES RELATIVES À UN TRANSIT

• Faits et demande de médiation

M. et Mme B. ont réservé auprès d'une agence de voyages un forfait comprenant un circuit au Costa Rica et des billets d'avion pour San José via Miami.

Cependant, ils ne savaient pas qu'il était nécessaire d'obtenir certaines conditions administratives pour transiter sur le territoire américain, en l'occurrence être en possession d'une autorisation ESTA (Electronic System for Travel Authorization) émise par l'Ambassade des États-Unis.

Les voyageurs ont donc été refusés sur le vol aller Paris – Miami – San José dès l'enregistrement, et n'ont pas eu le temps d'obtenir une autorisation ESTA avant la clôture de l'enregistrement.

N'ayant pu prendre le vol prévu, ils demandaient à l'agence le remboursement des pénalités payées à la compagnie pour modifier leurs billets (afin de repartir le lendemain), des autres frais engagés de ce fait (nuit d'hôtel et restauration), de la journée de prestation à destination perdue, et une compensation pour les désagréments subis.

• Problématique

Les clients devaient-ils être informés, en plus des documents nécessaires à l'accession au pays de destination, des formalités relatives au transit dans un autre pays ?

En cas de réponse affirmative et de reconnaissance de responsabilité d'un des prestataires, quel dédommagement peut être proposé ?

• Avis du Médiateur

L'article L211-8 du Code du Tourisme prévoit que le vendeur doit informer le consommateur des conditions de franchissement des frontières.

En l'espèce, le Médiateur a constaté que, cette obligation s'étend à toutes les formalités obligatoires pour se rendre à destination. En l'espèce, l'agence, qui a vendu la prestation, n'a pas délivré l'information relative aux conditions de transit aux États-Unis pour rejoindre la destination finale, et qu'ainsi sa responsabilité pouvait être retenue. Suite à cette analyse et à l'intervention de la MTV, l'agence de voyages a proposé à ses clients de rembourser l'intégralité des frais engagés, ainsi qu'un avoir sur un prochain voyage pour compenser les désagréments subis.

“Un voyage de mille lieues a commencé par un pas.”

[Lao-Tseu / Tao Te King](#)

CAS 2 – NON FOURNITURE DE CERTAINES PRESTATIONS PRÉVUES AU PROGRAMME D'UN SÉJOUR À FORFAIT

• Faits et demande

M. et Mme C. ont réservé auprès d'une agence un voyage à forfait en Thaïlande pour leur voyage de noces comprenant des vols, un circuit et un séjour balnéaire.

Lors du circuit, certaines excursions ont été remplacées par d'autres activités, jugées « moins intéressantes » par les clients, et certains horaires de vol ont été modifiés, entraînant la perte d'une demi-journée de séjour.

L'essentiel des griefs des clients, concernait néanmoins la partie balnéaire du voyage, pour laquelle les prestations d'hébergement ne présentaient pas le niveau de qualité attendu, tant au niveau des infrastructures que de l'environnement.

Ces clients souhaitaient donc obtenir une indemnisation pour le préjudice subi, qu'ils évaluent à la quasi-totalité du prix leur voyage.

• Problématique

L'agence peut-elle être tenue responsable de tous les manquements invoqués ? Un voyageur dont les griefs portent sur une partie des prestations du séjour peut-il prétendre à un dédommagement calculé sur le prix total du voyage ?

• Avis du Médiateur

L'article L211-16 du Code du Tourisme prévoit que l'agence de voyages qui se livre à la vente de voyages à forfait est responsable de plein droit à l'égard de l'acheteur de la bonne exécution des obligations résultant du contrat, que ces obligations soient à exécuter par l'agence elle-même ou par d'autres prestataires de services, sans préjudice de son droit de recours contre ceux-ci.

Néanmoins, s'il n'est pas nécessaire que la faute de l'agence soit établie, une demande de dédommagement (et a fortiori son évaluation) doit être fondée sur un préjudice effectivement subi.

En l'espèce, M. et Mme C. ont appuyé leurs prétentions par des photographies et des échanges de mails qui ont permis au Médiateur de relever les manquements invoqués.

Le Médiateur a considéré que l'appréciation du dédommagement du préjudice subi par ces manquements ne pouvait se faire qu'en lien avec les prestations défectueuses (à savoir les prestations terrestres) et non sur le prix total du séjour, dont la majorité des éléments a été correctement fournie (le transport et les hébergements lors du circuit par exemple).

Le Médiateur a donc préconisé à l'agence d'accorder à ses clients le remboursement d'un pourcentage spécifique, calculé sur les parties terrestres du séjour.

CAS 3 – RETARD DE LIVRAISON DE BAGAGE

• Faits et demande

M. et Mme S. demandent le remboursement de leur séjour, en raison du retard de livraison sur leur lieu de séjour d'une de leurs valises (qu'ils n'ont pu récupérer que le lendemain de leur retour).

En l'espèce, la compagnie aérienne leur a remboursé le montant de leurs achats de « produits de première nécessité » effectués sur place, mais les clients demandent une indemnité et le remboursement de l'intégralité de leur voyage (soit plus de 2000 €), considérant que celui-ci a entièrement été gâché par ce désagrément.

• Problématique

L'indemnisation du préjudice subi par un retard de livraison de bagage est-elle prévue ? Et le cas échéant, comment s'applique-t-elle et peut-elle être limitée ?

• Avis du Médiateur

L'article 19 de la Convention de Montréal, qui prévoit la responsabilité et l'obligation d'indemnisation du transporteur aérien dans le cadre de la livraison tardive de bagages, est limité par l'article 22 du même texte, qui plafonne cette indemnité à la somme de 1 000 droits de tirage spéciaux par passager (soit à peu près 1400 €).

Néanmoins, bien que la pratique veuille qu'un passager, qui demande une indemnité, puisse apporter des preuves, comme des factures, de son préjudice (dépenses supplémentaires, valeur des biens perdus...) ces textes ne précisent pas comment cette indemnité doit être calculée et appliquée.

Suite à l'intervention du Médiateur, la compagnie a accepté de compléter le remboursement des frais de premières nécessités par une indemnisation complémentaire allant jusqu'au montant du plafond légal.

“L'équitable, tout en étant juste, n'est pas le juste selon la loi, mais un correctif de la justice légale.”

[Aristote](#)

LES CONSEILS AUX CONSOMMATEURS

CONSEIL N° 1 : L'attitude à adopter en cas de problème pendant le voyage.

Nous constatons parfois, qu'un certain nombre de griefs sont relatifs à des litiges qui auraient pu être résolus directement sur le lieu de séjour, ou au retour des clients, si ceux-ci avaient réuni les éléments probants nécessaires pour ce faire.

En effet, tout d'abord, en cas de difficultés liées à des prestations, qui pourraient être échangées/remplacées sur place (ex : une chambre d'hôtel), la première chose à faire est d'en faire part au professionnel ou à son représentant sur place.

Si les difficultés ne peuvent être totalement résolues sur place, il conviendra d'être en mesure de prouver objectivement les griefs invoqués (par le biais de photos par exemple).

CONSEIL N° 2 : La demande de remboursement des « taxes d'aéroport » relative à un billet non utilisé.

L'article L113-8 du Code de la Consommation prévoit qu'un passager aérien n'ayant pas consommé son vol pourra demander à la compagnie aérienne (ou à son mandataire), le remboursement des « taxes d'aéroport » afférentes.

Dans le cadre de cette procédure, nous conseillons aux voyageurs de :

1. Bien distinguer les « taxes et redevances » remboursables (celles basées sur son embarquement effectif) de celles qui font partie intégrante du billet (ex : hausse carburant) qui ne sont pas remboursables.
2. Procéder, quand cela est possible, à cette demande, par voie électronique pour éviter l'application de « frais de remboursement » (qui peuvent aller jusqu'à 20 % du montant remboursé).

CONSEIL N° 3 : La demande de dédommagement en cas d'« avarie bagages ».

Le déroulement et le succès de ce type de réclamation reposent sur la capacité, pour le demandeur, à prouver le dommage et son préjudice effectif.

Aussi, afin d'obtenir une attestation probante (condition *sine qua non* à une réclamation ultérieure), il devra, dès son arrivée à l'aéroport, faire état auprès du personnel de la compagnie (ou de ses représentants), de toute avarie rencontrée par son bagage. En effet, les conventions internationales (notamment Montréal), régissant le transport aérien, prévoient que la réception des bagages sans réclamation constituera présomption, sauf preuve contraire, qu'il a été livré en bon état.

En outre, la date mentionnée dans cette attestation fera foi, dans le cadre des délais de prescription légaux appliqués en matière de transport aérien. En effet, sous peine d'irrecevabilité, le passager devra introduire sa demande, par écrit, dans un délai de sept jours après la découverte de l'avarie.

CONSEIL N° 4 : La vérification de l'efficacité des informations de contact transmises au professionnel.

Que ce soit avant ou après le départ, le professionnel peut être amené à communiquer à son client un certain nombre d'informations utiles à son séjour (modifications d'horaires par exemple). Or, il arrive parfois, que cette information ne puisse être portée efficacement à la connaissance du consommateur, et engendrer des conséquences qui peuvent aller jusqu'à l'impossibilité d'effectuer le voyage prévu.

Aussi on peut conseiller au consommateur, de veiller à :

Avant le départ :

1. Vérifier l'adresse e-mail et/ou le numéro de téléphone communiqué.
2. Consulter sa boîte e-mail jusqu'au jour du départ.
3. Vérifier qu'aucun message du professionnel n'ait été transféré dans la rubrique « spam » de sa boîte e-mail.

Après le départ :

1. Être en mesure de consulter la boîte e-mail fournie.
2. Veiller à ce que le numéro de téléphone fourni soit accessible depuis le lieu de séjour (activer l'option internationale le cas échéant).
3. Contacter le professionnel avant la date de retour pour confirmer ses horaires de transport.

“Le voyageur voit ce qu'il voit, le touriste voit ce qu'il est venu voir”

[Gilbert Keith Chesterton](#)

LES PERLES DES VOYAGEURS

« J'ai malencontreusement confondu l'heure de départ et d'arrivée car celles-ci sont indiquées une colonne à côté de l'autre sur la même ligne, avec la même date. »

Mme Soledad P. - Reims

*« Je vous signale que dans ses 2 bagages il y avait :
- 23 kg de kiwis bios pour un montant de 10 €
- 8 kg de fromage de chèvre pour un montant de 96 €
- 4 kg d'oranges pour un montant de 6 €
- 3 kg de grenades bios pour un montant de 9 €
Ce qui nous fait un total de 178,50 €.*

Il y avait aussi :

*- un pull à 35 €
- une écharpe en laine à 15 €
- trois soutiens-gorge à 36 € »*
Mme Mirsada S. - Rive-De-Gier

« Chambre avec lits séparés, insalubre et avec une porte communicante où nous avons côtoyé cafards, grenouilles vivantes et ivrognes. »

M. Gérald N. - Lançon-de-Provence

« 2 pigeons... voyageurs qui refusent de se faire plumer ! »

M. Gérard G. Mme Dominique C.
- Saône

« Nous avons alors reçu un mail du service client de (agence de voyages) dont la teneur nous a laissés quelque peu perplexes. On nous y informait en effet qu'en lieu et place d'un golf il y avait un minigolf. »

M. Jean-Michel P. - Wattignies

« Eh Monsieur le directeur au lieu de faire ton show à 2 balles car tu as dû être recalé dans ton métier de chanteur donc ne fait pas subir à tes clients ce supplice et fait des vraies animations. »

M. David C. - Lieusaint

« Mon alimentation (qui doit être majoritairement constituée d'aliments mouillés). »

Mme Marie Ange M. - Aunay-Sous-Anneau

“Rien de tel que des vacances ratées pour vous réconcilier avec une vie de labeur.”

[Arnold Bennett](#)

« Piscine du toboggan, surveillée par une personne qui pourrait être ma grand-mère donc non déclarée et qui n'a sûrement pas les diplômes adéquats et qui dit à mon époux il faut que je ferme 11h30 car elle doit prendre l'apéro. »

M. David C. - Lieusaint

« Partenaire peu fiable : le médecin référent du club n'acceptait pas la carte européenne de sécurité sociale. »

Mme Corinne P. - Limoges

« Par contre je ne pouvais pas les écraser, les policiers, parce que j'avais un avion à prendre. »

Mme Jocelyne L. - Gisors

« Pour autant je ferais deux tentatives pour régulariser ma situation dans les 7 jours qui suivent. La première, il y avait tellement d'attente quand je suis arrivée à l'agence que j'ai renoncé. J'ai alors pris un rendez-vous par internet, seulement je suis arrivée avec plus de 15 minutes de retard, ce qui invalide le RDV ! Suite à ce deuxième échec j'ai perdu le fil et puis... j'ai oublié. »

Mme Sarah T. - Montpellier

DES CLIENTS SATISFAITS

« Je tiens à vous remercier pour votre intervention car, sans vous, nous sommes certains que nous n'aurions rien obtenu. »

M. Jean Claude D. - Amboise

« Je tiens d'abord à vous remercier pour votre rapidité et votre efficacité (vous avez pu constater que j'ai plus que doublé d'efforts pour tenter d'obtenir réparation et tout cela vainement). Je constate auprès de vos services une organisation et précision rigoureuses que je tenais à souligner. »

Mme Fatma A. - Champigny-sur-Marne

« Merci de votre action, sans votre aide je serais comme tant d'autres... une victime de plus... »

M. Hervé A. - Caen

« Je tenais à vous remercier de votre aide et votre soutien pour faire reconnaître ses torts à cette société. »

M. Cédric S. - Castelnaud-le-Léz

« Ces quelques lignes pour vous traduire toute notre reconnaissance et vous adresser nos plus sincères remerciements, pour avoir pris en considération notre problème. »

M. Loïc E. - Clermont-Ferrand

« Nous tenons à vous remercier pour votre intervention dans notre litige qui nous opposait à (agence de voyages), grâce à vous le dossier a été traité avec rapidité et efficacité. »

M. François S. - Lingolsheim

« Je vous remercie infiniment pour votre intervention. (Compagnie aérienne) m'a effectivement remboursé comme vous me l'avanciez par courrier le 11.03.2015, je suis ravie. »

Mme Roxane F. - Paris

« Un grand merci à vous et aux personnes de "la médiation tourisme et voyage" qui ont travaillé sur mon dossier. C'est pour moi un grand soulagement. »

M. Christian B. - Évry - Gregy-Sur-Yerres

« Bonjour, suite au litige qui m'opposait à (agence de voyages) et grâce à votre intervention, je me suis vue rétrocéder la somme de 25 € que j'avais demandée. Merci BEAUCOUP ! Et chapeau. »

Mme Élise R. - Angers

LES OUTILS DE COMMUNICATION

LA MTV DANS LES MÉDIAS EN 2015

LITIGES : LES CONSÉQUENCES POUR LES PROFESSIONNELLS DU TOURISME

Article rédigé par Catherine Mauduit le 05/10/2015 à 11:52 dans la rubrique **PROFESSEUR**

Jean-Pierre Teyssier, Médiateur Tourisme et Voyage et Khalid El Wardi, le nouveau Secrétaire Général, ont évoqué les conséquences pour le secteur du tourisme de la nouvelle ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

En présence de René-Marc Chidi, Président du Sato et Président de l'association tourisme et voyages (MTV), Jean-Pierre Teyssier, le Médiateur et Khalid El Wardi, le nouveau Secrétaire Général, ont présenté le 2 octobre dernier, aux côtés des représentants de Bernard Coudot, Médiateur SICP et Patricia Foucher de l'INCC les conséquences pour le secteur du tourisme, de la nouvelle ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. Ainsi, les professionnels du tourisme devront garantir aux consommateurs la possibilité de recours effectif à un dispositif de médiation et en communiquer explicitement les coordonnées, dans leurs documents commerciaux et de contact, dans le cadre de leur activité, dans le cadre de traitement d'une réclamation. Concernant le choix du Médiateur compétent, l'ordonnance prévoit que lorsqu'il existe un médiateur agréé, comme c'est le cas dans le tourisme et les voyages, les professionnels doivent permettre au consommateur d'y recourir. Tout manquement à ces obligations par le professionnel, est passible d'une amende administrative, qui peut aller jusqu'à 3000 euros pour une personne physique et 15 000 euros pour une personne morale.

Pour les professionnels soumis à ces nouvelles obligations, la MTV offre un dispositif dédié pérenne et efficace, qui répond d'ores et déjà à la totalité des dispositions de l'ordonnance, respecte la confidentialité des litiges et permet de faciliter la procédure aux consommateurs. La MTV va mettre à jour et compléter les informations portées à leur connaissance sur son site internet et leur ouvrir la possibilité de saisir et d'être demandeur de médiation en ligne électronique (tout en maintenant la possibilité de transmission de dossier par voie postale). Enfin, dans l'optique de cette généralisation de la médiation, la MTV a attaché à devenir un champ de compétence à faciliter les entreprises du secteur qui ne disposaient pas d'un Médiateur, conduit le communiqué.

Pour en savoir plus : www.mtv.travel

Tourisme de groupe

La Médiation Tourisme et Voyage étend son champ de compétence

La MTV monte en puissance

Envoyer à un ami Imprimer Partager cet article

Suite à la publication de l'ordonnance « Médiation » le 20 août dernier, l'association MTV (Médiation Tourisme et Voyage) intègre progressivement dans son champ d'action toutes les entreprises du secteur touristique, qui ne disposeraient pas déjà d'un médiateur.



De gauche à droite, René-Marc CHIDI, Jean-Pierre TEYSSIER, et Khalid EL WARDI - Sato - MTV

Tourmag

PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK



PROFESSION La Médiation Tourisme et Voyage, bientôt incontournable ?

Nouveaux collaborateurs et adhérents du monde du voyage, l'association se renforce. Une bonne chose quand on sait que la Directive européenne "REL" va s'imposer à tous dès janvier 2016. Au vu de l'augmentation du nombre de saisines en 2014 (+60%), les voyageurs ont adopté la MTV pour régler leurs litiges.

Le bilan de la Médiation Tourisme et Voyage (MTV) pour 2014 est à la hausse. Avec d'abord plus de saisines (+60% sur un an, 2 262 demandes de médiation contre 1 413 en 2013). "Le résultat à la fois d'un intérêt croissant des consommateurs pour ce mode gratuit de résolution des litiges et de l'augmentation du nombre d'adhérents qui fait croître le nombre de dossiers acceptés" explique Jean-Pierre Teyssier, le médiateur de la MTV.

Le Quotidien du tourisme

Médiation en cas de litiges : ce qui va changer dans le tourisme

Une ordonnance publiée vendredi au Journal officiel prévoit l'élargissement du dispositif à tous les secteurs. Quelles sont les implications pour les professionnels du tourisme?



Actualité à 19h32

Le touriste n'a pas attendu que le dispositif devienne obligatoire pour mettre en place un médiateur. Le secteur, à l'instar de Jean-Pierre Teyssier, médiateur du tourisme et voyages (MTV) entrée en vigueur au 1er janvier 2012.

Du coup, les entreprises du tourisme et du voyage sont déjà rodées aux procédures qui visent à régler à l'amiable les litiges entre clients et professionnels, ainsi que vient d'être publiée une ordonnance vendredi dernier au Journal Officiel, visant à élargir le dispositif de médiation à l'ensemble des secteurs de la consommation.

Tour Hebdo



France 3 - Journal Télévisé

- Face au silence de la compagnie malgré son accord pour rembourser, le client peut saisir (dans l'ordre) le service clientèle du transporteur, la Médiation du Tourisme et du Voyage www.mtv.travel et enfin, en désespoir de cause, le juge de proximité avant l'expiration de la prescription (procédures gratuites).

Tourmag



TF1 - Journal Télévisé 20H

Médiateur du tourisme : le nombre de dossiers traités augmente de 71%

1 587 dossiers

Envoyer à un ami Imprimer Partager cet article

Le médiateur du tourisme a traité 1 587 dossiers en 2014, contribuant ainsi à désengorger les tribunaux des litiges entre les consommateurs et les professionnels du secteur.



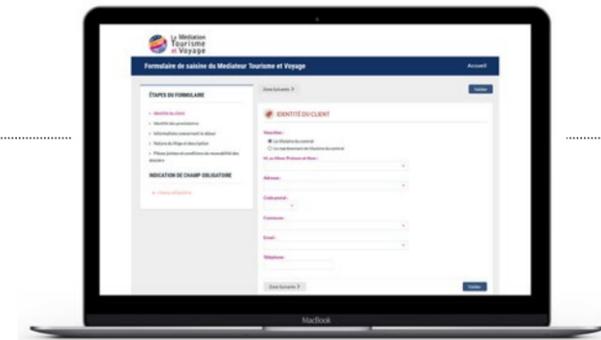
Tourmag

LINKEDIN



UNE NOVATION FIN 2015 : LA SAISINE ÉLECTRONIQUE

Conformément aux textes de transposition de la Directive Européenne 2013/11/UE du 21 mai 2013 – relative au règlement extrajudiciaire des litiges, la MTV, tout en conservant le canal de saisine postale, a mis en place, depuis décembre 2015, un système permettant aux consommateurs de nous transmettre en ligne leur dossier de demande de médiation ainsi que l'ensemble des documents nécessaires à l'étude de celui-ci. Le



consommateur se connecte tout d'abord sur le site internet de la MTV : www.mtv.travel, et répond à un certain nombre de questions permettant de juger de la recevabilité de son dossier (saisine préalable du professionnel, délai de procédure...). Une fois cette étape validée, il lui est possible de renseigner l'ensemble des informations relatives à son dossier. Une fois ces étapes validées, il reçoit une confirmation de réception de son dossier.

SITE INTERNET WWW.MTV.TRAVEL

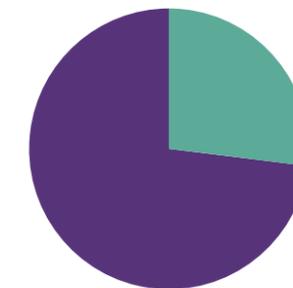
En ligne depuis 2012, le site a été visité par 32 613 internautes cette année. Il regroupe toutes les informations sur la Médiation comme l'actualité du Médiateur, les rapports annuels 2012, 2013 et 2014, résume les conditions de validité d'un dossier et met à la disposition du consommateur le formulaire de saisine, téléchargeable en ligne.



STATISTIQUES 2015

1. Audience

Visites : 32 613 (30 326 en 2014)
Moyenne par mois : 2 717
Visiteurs uniques : 24 097 (22 026 en 2014)
Pages vues : 73 148 (71 414 en 2014)
Moyenne par mois : 6 095
Pages/visite : 2,24
Durée moy. de la visite : 00 : 02 : 20
Nouvelles visites (en %) : 72,8 %



2. Sources du trafic

44 % Trafic de recherche (visiteurs renvoyés par des résultats de moteur de recherche).
26,8 % Sites référents (visiteurs renvoyés par des liens figurant sur d'autres sites).
28,3 % Accès directs (visiteurs qui ont accédé au site en saisissant l'URL directement dans leur navigateur).
0,8 % Accès via réseaux sociaux (visiteurs renvoyés par des liens figurant sur les réseaux sociaux).

LES RECOMMANDATIONS AUX PROFESSIONNELS

RECOMMANDATION N° 1 :

Informez les passagers qu'il n'est pas nécessaire de présenter leur passeport lors du passage au poste d'inspection filtrage des aéroports.

Les passagers qui transitent par un aéroport sont soumis à une procédure d'inspection filtrage avant de pouvoir accéder aux zones d'embarquement. Les agents affectés au contrôle de passagers sont en charge de vérifier leurs cartes d'accès et d'examiner leurs bagages. Le voyageur doit placer ses effets dans une bannette qui peut échapper à sa garde.

Alors que ce n'est pas nécessaire, de nombreux voyageurs présentent également leurs documents d'identité, qui peuvent, malencontreusement, se retrouver dans une autre « bannette », tomber ou être confondus avec ceux d'un autre passager, voire même volés, entraînant pour eux un préjudice parfois très important.

Aussi, je préconise que : les passagers soient informés, par tout support visuel remarquable, qu'il n'est pas nécessaire de présenter leurs documents d'identité lors du passage au poste d'inspection filtrage.

RECOMMANDATION N° 2 :

Apporter au consommateur un descriptif détaillé des prestations comprises dans les formules « all inclusive », notamment en début et en fin de saison.

Il est fréquent que les voyages à forfait soient assortis de formules « tout compris » comprenant un accès illimité à un certain nombre de mets et boissons, ainsi qu'aux restaurants et bars de l'hôtel réservé. Or, il arrive qu'une partie des prestations présentées dans l'offre ne soient pas disponibles une fois sur place, notamment en basse saison où les hôteliers réduisent parfois leur offre. Ou encore, que cette formule de « tout inclus » comporte certaines limites (horaires ou en termes de produits par exemple). Les clients, qui ont payé pour des services qu'ils n'ont pas eus, ou qui pensaient qu'un certain nombre « d'extra » était inclus, sont alors déçus, et invoquent un manquement contractuel de la part du vendeur.

Aussi, je préconise que :

les professionnels informent leurs clients de la manière la plus complète possible sur les prestations comprises dans les offres « all inclusive », en en précisant les limites : par exemple celles qui sont disponibles tout au long de l'année et celles qui sont susceptibles de ne pas être disponibles en basse saison ; et le cas échéant, de les dédommager en cas d'infrastructures non disponibles.

RECOMMANDATION N° 3 :

Informez de façon plus précise sur les conséquences d'une non-utilisation d'un billet d'avion dans son « ordre séquentiel ».

Certains passagers achètent auprès de compagnies aériennes des billets aller/retour, mais n'embarquent pas sur le vol aller, pour des raisons diverses (un incident les empêche de se présenter dans les délais requis à l'enregistrement ou ils préfèrent finalement utiliser un autre mode de transport). Or, les compagnies prévoient généralement que lorsqu'un billet aller/retour n'est pas utilisé dans l'ordre séquentiel, cela entraîne automatiquement un recalcul du montant du billet initial. Cependant, le tarif ainsi recalculé peut atteindre des sommes substantiellement importantes, sans que le passager soit à même de savoir à quoi elles correspondent.

Aussi, je préconise que : les compagnies informent plus explicitement, les passagers. D'abord en utilisant une formulation plus claire pour un non spécialiste que « l'ordre séquentiel des coupons de vols ». Pourquoi de pas dire plus simplement : l'utilisation dans l'ordre des billets aller et retour ?

On pourrait aussi préciser clairement que la non-consommation du billet aller entraînera un recalcul du prix du billet retour. Enfin on pourrait préciser la base sur laquelle ce recalcul sera fait (ex : tarif d'un billet simple ou tarif en fonction des places disponibles au jour J...).

RECOMMANDATION N° 4 :

Conseiller de façon plus efficace des clients achetant un forfait touristique (produit par un Tour Opérateur) et des billets de pré/post acheminement à part.

Certains voyages achetés par des consommateurs, peuvent être constitués d'un « package »⁵ produit par un Tour Opérateur et de billets d'avion achetés (pour rejoindre le lieu de départ de ce package) indépendamment auprès d'une compagnie aérienne. Or, dans cette situation, lorsque, le vol aller subi un retard important, le client peut manquer sa correspondance et donc son séjour, sans que la responsabilité du Tour Opérateur, ne puisse être engagée, dans la mesure où il n'a pas commercialisé la prestation litigieuse (et n'en était a priori même pas informé).

Par ailleurs, la compagnie, qui a assuré ce vol peut voir sa responsabilité écartée en fonction des circonstances du retard (causes exonératoires prévues par les textes régissant le transport aérien). Si ces prestations ont été commercialisées par une agence de voyages, à la demande expresse du consommateur, cette dernière, bien qu'elle soit soumise à une responsabilité de plein droit, ne pourra se voir demander l'indemnisation prévue par la réglementation européenne en matière d'avarie de vol (cf. Cour de Cassation). Le client peut donc se retrouver dans l'obligation de renoncer à son voyage ou de racheter des billets, sans forcément être dédommagé.

Aussi, je préconise que : lorsque, ce type de prestations est requis, les agences de voyages privilégiées et proposent à leurs clients des prestations fournies par le Tour Opérateur organisant le séjour, ou par la compagnie aérienne assurant les vols de celui-ci. Si cela est impossible, il convient, au moins, de faire en sorte que les temps de connexion soient suffisamment importants pour pallier un retard « raisonnable » d'acheminement.

⁵ Voyage à forfait au sens de l'article L.211-2 du Code du Tourisme

LA PROBLÉMATIQUE DE L'ANNÉE

LA MODIFICATION D'UN ÉLÉMENT ESSENTIEL DANS UN CONTRAT DE VOYAGE A FORFAIT⁶

En 2015, les litiges relatifs à des modifications contractuelles du fait du vendeur ont représenté 14 % de la totalité des saisines et plus de 27 % des dossiers concernant un voyage à forfait. Ces situations soulèvent un certain nombre de problématiques juridiques, qui peuvent avoir des conséquences pratiques et financières plus ou moins lourdes en fonction de la qualification des faits et de l'interprétation qui en est faite. En effet, plusieurs textes du Code du Tourisme peuvent être applicables en fonction de cette qualification et du moment (avant/après départ) de survenance de cette « modification essentielle ».

Ils prévoient notamment que :

(Article R211- 9) Si elle intervient avant le départ, l'acheteur, se voit proposer le choix entre :

- résilier le contrat et obtenir un remboursement sans frais,
- accepter la modification ou le voyage de substitution.

(Article R211-11) Si elle intervient après le départ, l'acheteur, se voit proposer le choix entre :

- accepter, sans surcoût, des prestations de remplacement (un remboursement de la différence tarifaire le cas échéant),
- des titres de transport pour assurer son retour anticipé, en cas de refus légitime.

Dans la mesure où ces dispositifs ne s'appliquent qu'en cas de voyage à forfait et uniquement dans le cadre de la modification d'un élément essentiel du contrat, la première des problématiques soulevées est celle de savoir si la modification contractuelle invoquée par un demandeur porte ou non sur ce type d'élément.

Par raisonnement *a contrario*, cette interrogation suppose que tous les éléments du contrat ne sont pas « essentiels » au sens du Code du Tourisme.

APPRECIATION DU CARACTÈRE « ESSENTIEL » DE L'ÉLÉMENT MODIFIÉ

Cette appréciation peut se fonder sur des éléments objectifs, comme la spécification explicite de leur caractère essentiel dans le contrat, ou encore la « part financière », qu'ils représentent par rapport au prix total du forfait, ou enfin par une appréciation communément admise.

Mais cette analyse, peut également se faire au cas par cas, en fonction des spécificités de l'acheteur et des éléments qui ont pu logiquement déterminer son choix de séjour. Cette seconde méthode peut amener à des situations ou une même prestation qui peut être essentielle pour un client et ne pas l'être du tout pour un autre (ex : un « club enfant » dans un hôtel). Une fois cette qualification déterminée, il peut se poser une seconde problématique juridique, que nous n'avons pas encore évoquée, et qui découle d'un autre texte du Code du Tourisme – l'article R211-10 relatif aux annulations du fait du vendeur.

L'ASSIMILATION D'UNE « MODIFICATION ESSENTIELLE » À L'ANNULATION DU VOYAGE

Ce dernier texte prévoit que dans ce genre de situation, l'acheteur se voit non seulement remboursé des sommes versées (comme dans la modification avant départ), mais perçoit également un dédommagement égal aux pénalités qu'il aurait eu à supporter si l'annulation était intervenue de son fait au même moment. Or, comment doit-on apprécier une modification du contrat, bien que portant sur un seul élément, qui serait tellement substantiel, que la proposition de remplacement équivaldrait à proposer un tout autre voyage (et donc à considérer que le voyage initial est annulé) ?

Pour prendre un exemple volontairement caricatural, cela pourrait être le cas de la modification du pays de destination.

Mais dans la pratique, les exemples, qui peuvent se présenter sont beaucoup plus complexes à trancher (ex : changement d'hôtel dans une même ville mais avec une situation totalement différente, modification d'un ou deux jours des dates de voyage...) et ce choix, comme nous l'avons vu, peut avoir des conséquences financières considérables (elles peuvent aller jusqu'au double remboursement du voyage).

Face à toutes ces problématiques textuelles, le travail de la médiation, prend tout sens, puisqu'au-delà des considérations juridiques, elle s'attachera à tenir compte des faits, des problématiques pratiques pour le professionnel, du préjudice effectif subi par le client... en somme de l'équité... pour proposer une solution, qui puisse satisfaire les deux parties et déboucher sur un accord.

“Personne ne réclame ce qu'il désire : chacun réclame ce qu'il croit pouvoir obtenir.”

Ce qui cloche dans le monde, Gilbert Keith Chesterton

⁶ Article L211-2 du Code du Tourisme - Constitue un forfait touristique la prestation : 1° Résultant de la combinaison préalable d'au moins deux opérations portant respectivement sur le transport, le logement ou d'autres services touristiques non accessoires au transport ou au logement et représentant une part significative dans le forfait ; 2° Dépassant vingt-quatre heures ou incluant une nuitée ; 3° Vendue ou offerte à la vente à un prix tout compris.

ENQUÊTE

LA GESTION DES RÉCLAMATIONS PAR LES AÉROPORTS DE PARIS



L'ACTIVITÉ DES RÉCLAMATIONS CHEZ AÉROPORTS DE PARIS C'EST :

- Un périmètre vaste qui comprend 9 terminaux, 10 parkings, 200 km de réseau routier à Paris-Charles de Gaulle et deux terminaux, 7 parkings et 32 km à Paris-Orly.
- Des équipes dédiées multi sites
- Des canaux d'entrée multiples :
 - le formulaire web sur le site internet www.aeroportsdeparis.fr
 - les imprimés mis à disposition des clients sur les points d'accueil des terminaux et parkings.
 - les courriers adressés par voie postale.
 - les sollicitations via le compte Twitter [passager @AeroportsParis](https://twitter.com/AeroportsParis).
- Une réponse personnalisée.

Au regard de la complexité des processus et des nombreux intervenants le long du parcours passagers, les clients passagers, ne sachant pas à qui s'adresser, transmettent leurs réclamations au service Relation clients d'Aéroports de Paris pour lui faire part des difficultés rencontrées lors de son voyage aérien. Les incidents signalés peuvent être placés sous la responsabilité d'Aéroports de Paris mais peuvent aussi dépendre des transporteurs aériens. À réception, les courriers sont traités avec la plus grande attention, les mails reçus par le formulaire Web font l'objet d'un accusé de réception personnalisé par une équipe dédiée.

S'il s'agit d'une demande d'informations, le client reçoit une réponse en temps réel, s'il s'agit d'une réclamation elle est adressée en central au service Relation Clients de la Direction Clients. Les réclamations sont analysées puis référencées dans un CRM, certaines font l'objet d'une demande d'informations complémentaires auprès du client avant d'être orientées vers les services Relation Clients des directions de Paris-Charles de Gaulle ou Paris-Orly ou traitées directement en central. Les réclamations placées sous la responsabilité d'Aéroports de Paris donnent lieu à des recherches, des enquêtes approfondies par les équipes sur site ou auprès des directions concernées afin d'apporter une réponse personnalisée et fiable. S'agissant des réclamations placées sous la responsabilité des transporteurs aériens, le service Relation Client a établi une cartographie des contacts afin de répondre au client et l'orienter vers l'opérateur concerné.



QUELQUES ÉLÉMENTS CHIFFRÉS POUR L'ANNÉE 2014

- 5 847 réclamations liées au parcours passagers ont été traitées pour 92,7 millions de passagers soit une augmentation de 11,8 % par rapport à l'année 2013 pour 90,2 millions de passagers.
- 56 % des réclamations sont adressées par mails, 19 % via les imprimés pré affranchis et 19 % par voie postale.
- 2/3 des motifs concernent les terminaux et 1/3 les accès et parkings.

- Le principal sujet de réclamations traité par Aéroports de Paris en 2014 concerne les motifs liés aux contrôles des passagers et bagages à main avant de rejoindre la salle d'embarquement.
- Délai moyen de réponse :
 - 53 % des réponses sont ≤ à 8 jours
 - 64 % des réponses sont ≤ 10 jours

AU-DELÀ DU PROCESS DES RÉCLAMATIONS, LA RELATION CLIENTS AU SEIN D'AÉROPORTS DE PARIS C'EST AUSSI :

- Effectuer des appels Clients personnalisés, écouter le client avec empathie sur la mauvaise expérience qu'il a vécu.
- L'assister par téléphone pour toutes les demandes relatives aux réservations parkings effectuées sur le site internet Aéroports de Paris.
- Aller au-devant du client et l'assister tout au long de son parcours dans nos installations.
- Mettre en place des process dans le traitement des réclamations avec des partenaires afin de garantir à nos clients communs une qualité de service optimisée.
- Mettre à disposition des services pour faciliter et rendre agréable son passage dans nos installations.
- Améliorer les process pour fluidifier les zones d'attente, notamment aux postes d'inspection filtrage.



RÉPARTITION DE COMPÉTENCES ENTRE AÉROPORTS ET COMPAGNIES AÉRIENNES

| Problématique | COMPÉTENCE AÉROPORT | COMPÉTENCE COMPAGNIE |
|--|--|---|
| En salle d'embarquement | <ul style="list-style-type: none"> • Qualité sonore de l'annonce | <ul style="list-style-type: none"> • Contrôle documentaire dans la passerelle • Information embarquement • Annonce sonore |
| Embarquement Débarquement | <ul style="list-style-type: none"> • Navette correspondance sous douane du terminal CDG1 vers les terminaux ABCDEF et des terminaux ABCDEF vers le terminal CDG1 • Passerelle infrastructure | <ul style="list-style-type: none"> • Vols retardés/annulés • Navettes PAX large • Passerelles attente |
| Livraison bagage | <ul style="list-style-type: none"> • Information en salle de livraison • Dysfonctionnement tapis bagage • Confort en salle de livraison | <ul style="list-style-type: none"> • Bagage spolié/endommagé • Bagage manquant • Temps d'attente |
| Liée aux services | <ul style="list-style-type: none"> • Bar/restaurant/boutique • Wifi • Objets trouvés autre zone • Propreté • Sentiment d'insécurité | <ul style="list-style-type: none"> • Objets trouvés dans les salons/salles d'embarquement |
| À l'enregistrement | <ul style="list-style-type: none"> • Hors compétence | <ul style="list-style-type: none"> • Enregistrement des bagages • Orientation à l'entrée des files d'attente • Contrôle gabarit • Comportement du personnel |
| Orientation Informations Assistance | <ul style="list-style-type: none"> • Circuit et cheminements terminaux • Orientations signalétiques • Annonce sonore dans les terminaux • Affichage vols dans les terminaux • Comptoir d'informations • Assistance PHMR • Comportement du personnel | <ul style="list-style-type: none"> • Hors compétence |
| Desserte routière | <ul style="list-style-type: none"> • Accès routier sur la plateforme • Parkings | <ul style="list-style-type: none"> • Hors compétence |
| Contrôles | <ul style="list-style-type: none"> • Douanes • Police • Passage automatisé rapide aux frontières extérieures • Achats détaxés • Files prioritaires • Poste inspection filtrage | <ul style="list-style-type: none"> • Hors compétence |

ANNEXES

PROTOCOLE D'ACCORD MTV MÉDIATION RATP signé le 21 janvier 2016



Jean-Pierre TEYSSIER et Betty CHAPPE, le Médiateur de la RATP

**La Médiation
Tourisme
et Voyage**

**PROTOCOLE D'ACCORD
RÉPARTITION DE COMPÉTENCES ET COLLABORATION**

Entre la Médiatrice de la RATP, Mme. Betty CHAPPE et le Médiateur Tourisme et Voyages (MTV), M. Jean-Pierre TEYSSIER.

OBJET DU PROTOCOLE

Le présent protocole d'accord a pour objet de :

Acter les champs de compétence de chacun des médiateurs RATP et MTV dans le cadre du transport de voyageurs.

RÉPARTITION DES COMPÉTENCES

Par le présent protocole, il est convenu que :

1/ Le Médiateur de la RATP est compétent pour tout litige :

- a) Entre l'EPIC RATP, agissant en son nom propre en qualité d'exploitant de transport public de voyageurs, et ses clients.
- b) Entre les filiales françaises directes ou indirectes de l'EPIC RATP qui décident contractuellement d'avoir recours au Médiateur RATP et leurs clients voyageurs. La liste des filiales concernées figure sur le site Internet du Médiateur RATP. En cas d'évolution du champ d'intervention à compter de l'entrée en vigueur du présent protocole, le Médiateur de la RATP en informera le Médiateur Tourisme et Voyages.

2/ Le Médiateur Tourisme et Voyages est compétent pour tout litige entre un consommateur et un transporteur urbain ou interurbain, adhérent à la Fédération Nationale du Transport de Voyageurs (FNTV) ou à l'Union des Transports Publics et Ferroviaires (UTPF) hors champ d'intervention du Médiateur SNCF (voir protocole MTV - SNCF), et hors champ d'intervention du Médiateur RATP dans les conditions appelées ci-dessus. La liste des sociétés entrant dans le champ du Médiateur Tourisme et Voyages figure sur son site Internet. En cas d'évolution du champ d'intervention à compter de l'entrée en vigueur du présent protocole, le Médiateur Tourisme et Voyages en informera le Médiateur de la RATP.

3/ En cas de réception par les services de l'un des médiateurs, d'un dossier relevant de la compétence du second médiateur, celui-ci sera redirigé immédiatement et gratuitement après en avoir averti le consommateur.

4/ Les deux Médiateurs pourront solliciter, au besoin, leurs expertises mutuelles.

5/ Pour la complète information des consommateurs, cette répartition fera l'objet d'une information écrite sur les sites des deux Médiateurs.

6/ Le présent protocole prendra effet à compter de sa signature par chacune des parties¹ pour une durée de un (1) an, tacitement reconductible par période annuelle, sauf dénonciation par l'une ou l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception adressée au plus tard trois (3) mois avant la fin de l'année contractuelle en cours.

Betty CHAPPE
Médiatrice de la RATP

Jean Pierre TEYSSIER
Médiateur Tourisme et Voyages

¹ Sous réserve de l'inscription de chacun des médiateurs RATP et MTV sur la liste des médiateurs par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation pendant toute la durée du présent protocole.

LE CLUB DES MÉDIATEURS

Le Médiateur de l'autorité
 des marchés financiers
Marielle COHEN-BRANCHE
 17, place de la Bourse
 75082 Paris Cedex 02

Le Médiateur de l'Association française
 des sociétés financières
Armand PUJAL
 24 avenue de la Grande Armée
 75854 Paris Cedex 17

Le Médiateur de l'Assurance
Philippe BAILLOT
 BP 290 - 75425 PARIS Cedex 9

Le Médiateur auprès de BNP Paribas
 pour la clientèle des particuliers
Dominique CHEVALLIER BOISSEAU
 ACI CIHRCC1 - 75450 Paris Cedex 09

Le Médiateur du groupe de la caisse
 des impôts
Anne GUILLAUMAT de BLIGNIERES
 56 rue de Lille - 75356 PARIS

Le Médiateur des Communications
 électroniques
Marie-Louise DESGRANGE
 BP 999-75829 Paris Cedex 17

Le Médiateur de l'Eau
Dominique BRAYE
 Médiation de l'Eau BP 40 463
 75366 Paris Cedex 08

Le Médiateur du Groupe EDF
Alain BRIERE
 TSA 50026 - 75804 Paris Cedex 08

Le Médiateur de l'Éducation Nationale
 et de l'Enseignement Supérieur
Claude BISSON-VAIVRE
 Carré Suffren - 110, rue de Grenelle
 75357 Paris Cedex 07 SP

Le Médiateur National de l'Énergie
Jean GAUBERT
 15 rue Pasquier - 75008 Paris

Le Médiateur des Entreprises
Pierre PELOUZET
 Bureau des développements Numériques
 SG-SIRCOM - Télédéc 53675572 Paris
 Cedex 12

Le Médiateur de France 2
Nicolas JACOBS
 7, esplanade Henri-de-France
 75907 Paris Cedex 15

Le Médiateur
 des Rédactions de France 3
Marie-Laure AUGRY
 7, Esplanade Henri-de-France
 75015 Paris

Le Médiateur des programmes
 de France Télévisions
Gora PATEL
 7 Esplanade Henri de France
 75907 Paris Cedex 15

Le Médiateur du groupe ENGIE
Jean-Pierre HERVÉ
 TSA 34 321
 92099 - La Défense Cedex

Le Médiateur du groupe
 de la postale, de la banque postale
Pierre SEGURA
 44 boulevard de Vaugirard
 CP F 407 75757 Paris Cedex 15

Le Médiateur des Ministères
 économiques et financiers
Emmanuel CONSTANS
 BP 60 153 -
 14010 Caen Cedex 1

Le Médiateur de la Mutualité
 sociale agricole
Roland BAUD
 LES MERCURIALES - 40, rue Jean Jaurès
 93547 Bagnolet Cedex

Le Médiateur Tourisme et Voyage
Jean-Pierre TEYSSIER
 BP 80 303 - 75 823 Paris Cedex 17

Le Médiateur de Paris Habitat OPH
Danièle AGUANO-PROMONET
 21 bis rue Claude Bernard
 75253 Paris Cedex 05

Le Médiateur National de Pôle Emploi
Jean-Louis WALTER
 Direction Générale
 1 rue de Docteur Gley
 75987 Paris Cedex 20

Le Médiateur de la RATP
Betty CHAPPE
 LAC LC12 54 quai de la Rapée
 75599 Paris Cedex 12

Le Médiateur de la SNCF
Bernard CIEUTAT
 TSA 49980 75839
 Paris Cedex 17

Le Médiateur de la Ville de Paris
 Mission de la Médiation
 100 rue Réaumur - 75002 PARIS

WWW.MTV.TRAVEL

MTV MÉDIATION TOURISME VOYAGE
- BP 80 303 -
75823 PARIS CEDEX 17

2015

