



La Médiation
Tourisme
et Voyage

Rapport annuel

2012

du Médiateur du Tourisme
et du Voyage



La Médiation Tourisme et Voyage

Sommaire

LE MOT DU MEDIATEUR	5
LES RENCONTRES DU MEDIATEUR EN 2012	6
TEMOIGNAGES	7
MODALITES DE SAISINE ET FONCTIONNEMENT	8
LES FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2012	9
STATISTIQUES 2012 DE LA MÉDIATION	10
EXEMPLES D'AVIS ACCEPTÉS	14
QUELQUES PERLES RECUES A LA MEDIATION	15
LE SITE MTV.TRAVEL	16
LES RECOMMANDATIONS DU MÉDIATEUR	17
ANNEXES	19

Le Médiateur

Tourisme et Voyage



biographie

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

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

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

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



Le Mot du Médiateur

Depuis plusieurs années les professionnels du tourisme et du voyage, ainsi que les pouvoirs publics et les associations de consommateurs, souhaitent la mise sur pied d'un dispositif de médiation pour le règlement amiable des litiges avec leurs clients. Les réclamations s'étaient fortement accrues depuis 2010 avec la fermeture de l'espace aérien, du fait de l'éruption du volcan islandais, et après divers événements politiques et climatiques qui avaient affecté le bon déroulement des voyages achetés aux agences, aux Tour-opérateurs et aux compagnies de transport.

Depuis le 1^{er} janvier 2012 cette médiation existe. Ce dispositif fonctionne. Tous les dossiers qui ont été envoyés au médiateur sont étudiés et donnent lieu à un avis dès lors qu'ils ont été jugés recevables et que toutes les informations nécessaires ont été obtenues. Le dispositif respecte les principes établis par la Charte de la Médiation en Consommation, repris par la Charte de la Médiation du Tourisme et du Voyage, signée le 18 juillet 2011 par les organisations professionnelles du secteur : gratuité pour le consommateur, indépendance du médiateur, liberté pour le professionnel comme pour son client d'accepter ou non l'avis rendu par le médiateur en équité comme en droit.

Parmi les obligations imposées au Médiateur par ces deux Chartes figure celle d'émettre chaque année un rapport rendu public. Doivent y figurer le bilan de son action et les suggestions pour améliorer et promouvoir les bonnes pratiques dans le secteur professionnel du Tourisme et du Voyage.

Je suis donc heureux de présenter ce premier rapport, un an après l'institution de cette médiation. Je suis encore plus heureux du taux d'acceptation des avis proposés, qui est de 83%, comme on le verra dans le bilan chiffré présenté.

Au delà du traitement des saisines et des dossiers reçus, l'activité du Médiateur a été très sollicitée cette première année de fonctionnement, par la communication à effectuer pour faire connaître cette novation, tant auprès des consommateurs que des professionnels. Il en a résulté le référencement obtenu auprès de la Commission Nationale de la Médiation, qui garantit ainsi l'indépendance, la compétence et l'efficacité de la médiation du tourisme et du voyage. Le soutien de la Commission Nationale de la Médiation est essentiel. Je lui en suis reconnaissant.

Je remercie aussi la petite équipe constituée pour affronter cette première année de fonctionnement de la médiation. On imagine les difficultés rencontrées pour se faire connaître dans un secteur très divers, et pour collecter tous les éléments nécessaires de la part de protagonistes, parfois nombreux, pour juger d'un litige. Le secteur du Tourisme et du Voyage a la particularité de réunir plusieurs prestataires possibles pour un seul voyage en litige. Chacun doit être contacté et entendu. Cela exige temps et attention.

L'avis à rendre est aussi multiforme. Il ne s'agit pas en effet de se prononcer seulement sur l'application de la réglementation, mais de cerner aussi la réalité du dommage prétendu, et d'expertiser l'éventuel dédommagement légitime qu'il pourrait justifier. Il y a les clauses contractuelles encadrant le voyage qu'il faut prendre en compte, tout autant que la situation des voyageurs, et la matérialité des faits survenus pendant leur périple. Cela rend chaque dossier d'autant plus intéressant à examiner, avec le pragmatisme et le bon sens que tout bon jugement requiert.

Chacun aura compris combien je ressens comme passionnante la mission qui m'a été confiée. J'en remercie les organisations professionnelles qui me l'ont proposée, en espérant l'assumer le mieux possible dans l'intérêt des consommateurs comme des professionnels concernés.

la médiation
requiert
du temps et de
l'attention

Les rencontres du Médiateur en 2012

A / Institutionnels

- 20 mars** - Direction Générale du Tourisme (DGCIS)
- 19 mai** - Direction Générale de l'Aviation Civile
- 24 mai** - Jean-Louis COLSON – Chef d'Unité à la Direction des Transports de la Commission Européenne
- 29 mai** - Conférence de l'Institut de Formation Universitaire et de Recherche du Transport Aérien à l'Université d'Aix-en-Provence
- 13 juin** - Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF)
- 14 sept.** - Congrès des Aéroports francophones

B / Professionnels

- 16 janvier** - Direction Commerciale d'Air France
- 20 janvier** - Congrès du Syndicat National des Agences de Voyages (SNAV – les Professionnels du Voyage)
- 25 avril** - Direction Juridique Air France
- 23 mai** - Mouvement des Entreprises de France (MEDEF)
- 8 juin** - Fédération Nationale de l'Aviation Marchande (FNAM)
- 9 juillet** - Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme (APST)
- 6 sept.** - Commission juridique du Cercle d'Etudes des Tour-Opérateurs (CETO)
- 7 sept.** - BAR France
- 18/19 sept.** - Salon IFTM / Top Resa
- 25 sept.** - Commission de la Consommation MEDEF

C / Associations de consommateurs

- 5 mai** - Institut National de la Consommation (INC)- Consomag
- 14 mai** - Association Force Ouvrière Consommateurs (AFOC)
- 24 mai** - Centre Européen de la Consommation (CEC)
- 12 juin** - Fédération Nationale des Association d'Usagers des Transports (FNAUT)
- 5 juillet** - Organisation Générale des Consommateurs (OR.GE.CO)

D / Les autres médiations

- 24 janvier** - Le Médiateur des communications électroniques
- 27 mars** - Le Médiateur d'EDF
- 23 avril** - Le Médiateur de GDF
- 7 juin** - Le Médiateur de la SNCF
- 5 juillet** - Commission de la Médiation de la Consommation + Club des Médiateurs

*Sylvia PINEL – Ministre de l'Artisanat du Commerce et du Tourisme,
aux côtés de Georges COLSON – Président du SNAV – les Professionnels du Voyage
et de Jean Pierre TEYSSIER – Médiateur du Tourisme et du Voyage
lors du salon IFTM / Top Resa (septembre 2012)*



Les témoignages



Patrick GANDIL - Directeur de la DGAC

« Toutes les initiatives destinées à trouver des solutions rapides aux litiges entre les particuliers et les organisations professionnelles du tourisme et du voyage, de nature à satisfaire les parties concernées et à éviter des procédures contentieuses longues et coûteuses, sont à encourager.

A cet égard, je tiens à vous féliciter pour les résultats que vous avez obtenus à l'issue de votre première année d'activité ».



Eliane ZARINE - Présidente de la Commission de la Médiation de la Consommation

« La Commission de la Médiation de la Consommation (CMC) instaurée par la loi du 1^{er} juillet 2010, avait pour objectif premier l'élaboration d'une charte des bonnes pratiques de la médiation, qu'elle a présentée lors de son colloque du 27 septembre 2011.

Aujourd'hui, 12 médiations figurent sur son site et la médiation Tourisme et Voyage en fait partie, démontrant ainsi le respect des critères de référencement imposés, que sont notamment l'impartialité, l'indépendance et la confidentialité ».



Georges COLSON - Président du SNAV – les Professionnels du Voyage

« Nos trois organisations ont montré leur capacité à tenir leur engagement, dans le délai qu'elles s'étaient fixé. Un an après l'installation de la Commission de Médiation de la Consommation par le Secrétaire d'Etat à la Consommation et la volonté politique de généraliser les dispositifs de médiation, notre secteur va offrir aux consommateurs une solution efficace, gratuite et pérenne dans la résolution des litiges d'après-vente ».



Lionel GUERIN - Président de la Fédération Nationale de l'Aviation Marchande (FNAM)

« La médiation est un service supplémentaire offert à nos clients et la garantie qu'ils trouveront toujours une solution en cas de litige avec une entreprise française. C'est inédit en Europe et c'est un vrai progrès pour le consommateur. Le transport aérien, en plus d'être l'un des plus sûrs au monde, est aussi celui qui bénéficie du plus haut niveau de protection des consommateurs ».



René-Marc CHIKLI - Président de l'Association des Tour-Opérateurs (CETO)

« Il y a un an, les professionnels du secteur, Tour-opérateurs, agents de voyages et transporteurs aériens, ont réussi à se regrouper dans une structure commune de médiation et les entreprises y coopèrent efficacement.

Ainsi, la médiation a pu apporter des réponses à nos clients et ceci dans un contexte de nombreuses crises, que nous avons connues ces douze derniers mois.

Pour les Tour-opérateurs, rappelons le, la communication avec les consommateurs et leur satisfaction sont au cœur de nos priorités »

Comment saisir le Médiateur

Qui peut saisir ?

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

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

Conditions de recevabilité des dossiers

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

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

Comment saisir le médiateur ?

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

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

Fonctionnement de la MTV

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

Les faits marquants de l'année 2012

Les événements

- Naufrage du **Costa Concordia** (janvier)
- Importantes manifestations au **Sénégal** (février)
- Cessation d'activité pour les compagnies aériennes **MALEV** et **SPANAIR** (février)
- Coup d'état aux **Maldives** (février)
- **Grève** des pilotes d'Air France (février)
- Des manifestations dégénèrent en **Grèce** (février)
- L'Assemblée nationale adopte la loi sur le **service garanti dans l'aérien** (mars)
- Couvre-feu décrété en **Tunisie** (juin)
- Une agence est condamnée suite au refus d'embarquement de passagers sourds (juin)
- **Mali** : frontières et aéroports fermés (mars)
- **Jeux Olympiques** de Londres (juillet-août)
- Attentats au **Kenya** (août)
- Passage de **l'ouragan Sandy** sur l'Amérique du Nord et annulation du Marathon de New York (décembre).
- Episode neigeux (décembre)

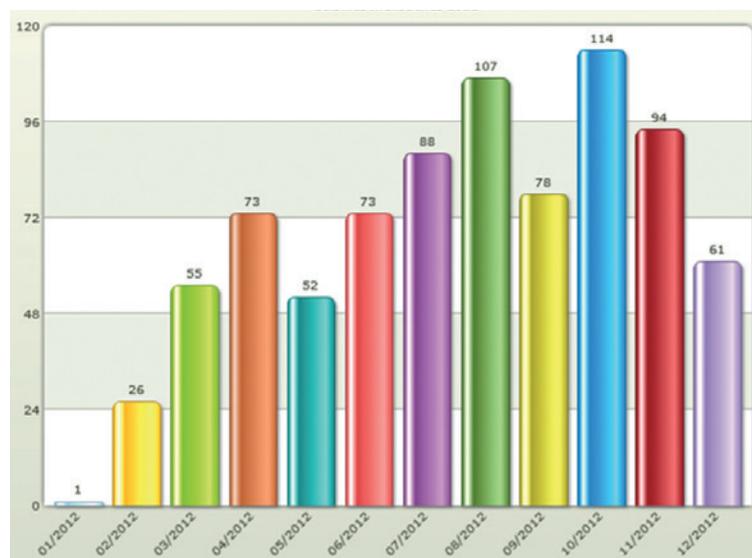
Les chiffres

- Selon la DGCCRF **5.6%** des réclamations des clients mécontents concernent le tourisme
- **73%** des Français sont restés en France cet été (Le Quotidien du tourisme.com)
- Une baisse de **-7 %** en nombre de passagers sur le marché français (SNAV)

Les statistiques de la médiation

Evolution des saisines

Saisines mensuelles en 2012



Les statistiques de la médiation

En 2012 un total de 822 saisines

Après les premiers mois de démarrage, on observe une moyenne de près de cent dossiers reçus par mois, ce qui est déjà un chiffre important pour une première année d'exercice. L'évolution des saisines à partir du 2^e trimestre laisse à penser que celle-ci devrait continuer à augmenter en 2013 (tendance confirmée par les premiers chiffres 2013).

Sur ces 822 saisines, 373 dossiers ont été non recevables

Il y a en effet de nombreuses causes d'irrecevabilité, presque également réparties entre les professionnels (cessations d'activités, opérateurs étrangers) et les consommateurs (non respect des procédures, saisine du médiateur avant recours auprès du professionnel, séjour antérieur au 1^{er} novembre 2011, date de prescription retenue pour la première année d'exercice de la MTV...).

388 dossiers recevables ont été ouverts

Tout comme le nombre de saisines, ce chiffre devrait être bien supérieur en 2013. D'une part, du fait de l'augmentation générale des saisines et, d'autre part, de la diminution de certains des cas d'irrecevabilité.

61 dossiers en attente de recevabilité

Dans cette catégorie, nous pouvons retrouver des dossiers pour lesquels le consommateur n'a pas fourni tous les documents nécessaires à l'ouverture administrative (attribution d'un numéro de dossier effectif), ou dans lesquels le délai de 60 jours après saisine du service client concerné n'est pas entièrement écoulé pour autoriser la recevabilité de la demande de médiation.

61 résolutions de litiges avant avis

On peut se féliciter de ce chiffre, qui montre que la simple procédure de médiation a pu permettre, dans un certain nombre de cas, de mettre d'accord les parties entre elles sur une position jugée raisonnable sans avoir besoin de trancher le fond du litige.

Il est d'ailleurs intéressant de noter que certains de ces dossiers ont été clôturés, sans avoir besoin de proposer un dédommagement supplémentaire ou autre geste commercial, mais simplement en expliquant la teneur de celui qui avait déjà été accordé, ou les raisons pour lesquelles le client n'y a pas eu droit.

22 dossiers recevables en 2012 restent en cours de traitement début 2013

Certains des dossiers reçus en fin d'année 2012 ont nécessité un traitement plus long que la moyenne (le délai des 60 jours est respecté dans l'immense majorité des cas) en raison de leur complexité ou d'un nombre d'échanges avec le consommateur et/ou le professionnel plus important. Il est nécessaire, en effet, d'obtenir tous les éléments permettant de rendre l'avis le plus équitable et éclairé possible.

305 avis ont été rendus

Les avis rendus se divisent en 2 grandes catégories : ceux jugeant la demande du consommateur fondée (en droit et en équité il a droit à un dédommagement) et ceux jugeant la demande du consommateur infondée (il n'y a pas lieu à dédommagement). Pour les chiffres voir infra LES AVIS DU MEDIATEUR.

83,15% des avis ont été acceptés

Ces avis sont librement acceptés, ou non, par le consommateur comme par le professionnel. L'intervention du Médiateur apporte au consommateur la garantie de disposer d'un interlocuteur attentif et impartial, et au professionnel un moyen de résoudre un litige d'après vente en préservant la relation commerciale qui le lie à son client.

Sources et nature des dossiers recevables

Type de demandeurs	Part en %
Consommateurs	94,77
Associations de Consommateurs	4,25
Assurances / Protections Juridiques	0,73
Professionnels	0,25

Bien que les professionnels aient également la possibilité de saisir la MTV, ce sont en immense majorité les consommateurs qui font directement appel aux services de la Médiation.

Canal de distribution	Part en %
Agences physiques	46,63
Agences en ligne	55,39
Autres ventes à distance	0,62
Comités d'entreprise	0,36

La prédominance des litiges liés à des achats en ligne s'explique notamment par deux raisons :

- Les ventes de voyages en ligne sont quantitativement supérieures à celles réalisées en agences traditionnelles
- Ce canal de distribution peut être en soi une source de litige (bugs informatiques, lisibilité des conditions de vente, fautes de frappe...)

Nature de la prestation vendue	Part en %
Forfaits	51,95
Vols secs	45,01
Hébergement sec	1,46
Transport sec (hors aérien)	1,09
Location de véhicule	0,49

Si les voyages à forfaits (combinaison de plusieurs prestations touristiques, dont le transport et/ou l'hébergement) représentent une part supérieure à celle des vols secs en termes de « source de litige » traités par la Médiation, les litiges liés au transport sont aussi prépondérants à l'intérieur des forfaits.

Répartition typologique des dossiers recevables

Les chiffres

Type de litiges	Part en %
Transport aérien	41,41
Annulation du forfait	15,22
Prestations contractuelles non fournies (hors hébergement)	12,28
Prix - Paiement	8,70
Prestations hôtelières non fournies	7,83
Bagages	5,54
Formalités administratives	4,13
Qualité des prestations	3,37
Assurances	1,09
Sécurité - accidents	0,43

Commentaires concernant les principaux motifs de réclamations

1 - Réclamations liées à l'aérien

Les préjudices liés à des problèmes de transport aérien représentent la principale source de réclamation des clients avec 41,41% des dossiers traités par la médiation.

Les problèmes rencontrés sont aussi divers que des annulations de vols, des prestations manquées du fait d'un retard ou encore des passagers victimes de surbooking le jour du départ.

La principale difficulté en la matière, consiste à trouver la solution la plus équitable pour les parties dans un contexte juridique européen et international (le texte applicable peut changer en fonction du tronçon litigieux, de la nationalité de la compagnie aérienne, ou encore du lieu de départ ou d'arrivée du vol) en gardant à l'esprit la situation affrontée par le consommateur et son préjudice spécifique.

2 - Réclamations liées à des annulations

Sous cette typologie, représentant la seconde cause de griefs des consommateurs, on rencontre des litiges relatifs aux diverses conséquences des annulations de voyages, qu'elles soient à l'initiative des professionnels (délais de remboursement, demande de compensation des autres préjudices subis...) ou des consommateurs eux-mêmes (griefs concernant les pénalités retenues, date de prise en compte de la demande d'annulation).

3 - Réclamations liées à des prestations contractuelles non respectées

Ce champ de réclamation (le 3e en termes de dossier) correspond à toutes les prestations mentionnées en brochure ou dans les contrats de vente, et qui n'auraient finalement pas été fournies au client une fois sur place.

Les avis en la matière ont été variés, dans la mesure où, si la « non fourniture » a parfois été le fait d'un manquement du professionnel (pas de réservation effective, mauvaise organisation du circuit...) elle a parfois découlé d'événements totalement extérieurs, irrésistibles et imprévisibles.

Répartition géographique des dossiers recevables

5 principales destinations concernées*

Destination	Part en %
France	8,89
Espagne	8,41
Etats-Unis	5,53
Tunisie	5,29
Italie	5,17

* Les dossiers reçus par la MTV en 2012 ont concerné 101 destinations au total.

Alors que l'on aurait pu croire que des destinations « exotiques » (République Dominicaine, Mexique...) ou d'autres destinations traditionnellement privilégiées des touristes français (Maroc, Egypte...), figureraient en haut du classement des pays concernés par les réclamations de voyageurs, c'est en réalité l'Europe qui occupe trois des cinq premières places de ce classement.

La simple analyse chiffrée de ce classement pourrait laisser penser que les destinations européennes et la France en tête, ont pu connaître par exemple, une baisse de leurs standards de qualité, ou des problèmes conjoncturels spécifiques en 2012, qui auraient directement touché les séjours des touristes dans la communauté. Or, ce serait plutôt l'explication inverse. Les événements, qui ont touché les destinations de départ habituelles des touristes français, ont poussé ces derniers à se retrancher vers des destinations plus proches et plus « stables », créant ainsi un effet de vases communicants : plus de touristes et donc plus de litiges.

Répartition des dossiers clos par type d'issue

Type d'avis rendu par le Médiateur	Part en % / dossier clos
La demande du consommateur est fondée	64,42
La demande du consommateur est infondée	35,58

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

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

Exemples d'avis acceptés et de litiges réglés

Exemple 1

Réf médiateur : 155/12

Agence : ██████████

Compagnie aérienne : ██████████

Madame, Monsieur,

Nous suivrons l'avis du médiateur, en louant également l'effort commercial consenti par ██████████, qui nous a finalement remboursé les billets du vol Londres/Paris du 20/11/2011, ainsi que les frais engagés durant les incidents météo.

Nous saurons faire bonne presse sur le déroulement de cet incident et continuer à utiliser leurs services pour nos voyages personnels.

En vous remerciant pour le suivi de ce litige, nous vous prions d'agréer à nos salutations les meilleures.

Exemple 2

Monsieur le Médiateur,

Tout d'abord, je tiens à vous remercier pour votre intervention rapide et efficace dans cette affaire.

Ainsi, suite à votre courrier simple reçu par la poste seulement le 30.08.2012, je vous informe que **j'accepte la proposition de la compagnie** pour m'indemniser de la somme de **658 euro** pour l'annulation du vol aller Nice / Orly du 27 janvier 2012.

Exemple 3

From: sylvain.---@free.fr

Sent: Monday, August 06, 2012 3:27 PM

To: Mediation Tourisme et Voyage

Subject: Re: MTV 162-12 ---- dossier ---- SYLVAIN

Monsieur,

Je vous confirme par la présente, le remboursement de la part de ---, de mon billet d'avion intérieur pour un montant de 150€, des frais d'hébergements pour un montant de 49€, ainsi que le règlement de taxes soit 22€.

Je pense que votre intervention m'a permis de solder beaucoup plus rapidement le litige avec cette agence, et vous prie de bien vouloir accepter mes remerciements pour votre professionnalisme, et pour l'attention que vous avez bien voulu apporter à mon dossier.

Je ne manquerai pas de citer autour de moi, l'efficacité de votre organisme.

Veuillez recevoir, Monsieur, l'expression de mes sincères salutations.

--- SYLVAIN

Quelque "perles" reçues par la médiation

Exemple 1

Ces fêtes n'ont rien d'occasionnelles, et sont prévisibles. Un tour opérateur digne de ce nom et respectueux de sa clientèle aurait du en tenir compte... A cette occasion les autochtones bénéficient d'environ cinq jours de congés et aspirent à retourner le plus vite possible en famille pour fêter ces réjouissances.

C'est une gigantesque transhumance où des millions et des millions de Chinois se déplacent en même temps. Ceci tourne au cauchemar, lorsque ceux-ci prennent d'assaut les trains, les bus, et fréquentent de surcroît les mêmes sites que vous devez visiter.

Exemple 2

J'ai réservé une croisière et je n'ai pas pu embarquer. La cause : Carte d'identité périmée. Certes il est bien noté sur vos contrats que tout papier d'identité doit être à jour. Mais il n'est pas noté, sauf erreur de ma part ou mauvaise lecture, que si c'est le cas vous refusez l'embarquement. Je reste conscient que vous n'êtes pas responsable de ma négligence. Donc énorme déception, tristesse.

Exemple 3

Monsieur le Médiateur,

Nous avons acheté un séjour au _____ par l'intermédiaire de l'agence VOYAGE _____ pour la période du 8 au 24.11.2011 et avons souscrit une assurance « tous risques annulation », commercialisée par la même agence auprès de _____. Le 18 Octobre mon cheval a été admis en urgence, sur décision vétérinaire, en clinique pour subir une lourde intervention consécutive à une torsion des intestins. L'opération, seule chance de survie, a duré 5h00 et m'a été facturée 5000€. A l'issue de celle-ci le 19, j'ai été informée des lourdes suites opératoires à assumer m'empêchant par là-même de partir en vacances. **Le 20 octobre, j'ai alors demandé à ce que notre voyage soit reporté ; ma requête a été refusée et j'ai été contrainte de procéder à une annulation.** Il m'a alors été expliqué que le voyageur me rembourserait immédiatement 50 % du paiement des 50 % restants étaient conditionnés à la prise en charge par _____

Le site mtv.travel



Statistiques du 28 mars* au 31 décembre 2012

1 - Audience

Visites : **11 115**

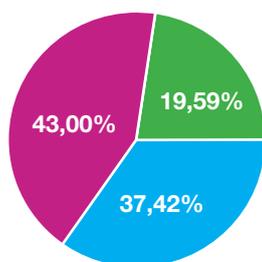
Visiteurs uniques : **8 582**

Pages vues : **28 015**

Durée moy. de la visite : **00:02:35**



2 - Sources du trafic



Sur les 11 115 personnes qui ont visité le site :

43,00 % ont été **renvoyés par des résultats de moteur de recherche**

37,42 % ont été **renvoyés par des liens figurant sur d'autres sites**

19,59 % ont **accédé au site en saisissant l'URL directement dans leur navigateur**

Les 10 premières sources de renvoi :

- 1 - economie.gouv.fr : 24% soit 998 visites
- 2 - developpement-durable.gouv.fr : 7,55% soit 314 visites
- 3 - notretemps.com : 6,92% soit 288 visites
- 4 - 60millions-mag.com : 5,67% soit 236 visites
- 5 - ceto.to : 5,34% soit 222 visites
- 6 - snav.org : 5,34% soit 222 visites
- 7 - capital.fr : 4,86% soit 202 visites
- 8 - marmara.com : 4,024% soit 167 visites
- 9 - saphir.asvoyages.fr : 3,70% soit 154 visites
- 10 - govoyages.com : 2,77% soit 115 visites

Les recommandations du Médiateur

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

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

1 - Renforcer le dispositif de la médiation

L'importance des dossiers non recevables (plus de la moitié des saisines reçues en 2012) doit être réduite en renforçant la visibilité et l'adhésion à la médiation :

- Du côté des professionnels en augmentant le nombre d'adhérents pour couvrir un champ beaucoup plus large (compagnies aériennes étrangères basées en France, organisations professionnelles dans les secteurs de l'hôtellerie, du maritime et du fluvial, etc.) et en systématisant la mention de la procédure de médiation dans les documents commerciaux des professionnels du voyage.
- Du côté des consommateurs, en donnant plus de visibilité à la médiation par le biais de campagne de communication, avec l'aide des pouvoirs publics et des organisations de consommateurs (comme cela a été fait avec l'INC et son magazine TV Conso Mag) : les modalités de saisine du Médiateur (avec notamment le respect du préalable obligatoire du passage auprès du service client du voyageur) doivent être mieux connues.

2 - La transmission des informations aux voyageurs en groupe

Le principe veut que le professionnel transmette toutes les informations nécessaires au séjour au « chef de groupe » et que celui-ci répercute ces informations aux autres participants. De la même manière, le chef de groupe est le représentant de ces derniers : il est en charge de faire remonter leurs demandes au professionnel co-contractant. Or, nous constatons que cette chaîne de transmission n'est pas toujours respectée et que les différents protagonistes du contrat ne connaissent pas leurs obligations en la matière.

Aussi, je préconise que :

- a - Les « contrats groupe » comportent l'engagement express du « chef de groupe » de transmettre au reste des participants, toutes les informations, qui lui seront données par le professionnel.
- b - Le chef de groupe s'engage à informer le professionnel de toutes demandes concernant l'exécution du contrat ou de toute spécificité touchant un des participants.

3 - Transmission de l'information concernant les formalités administratives « spécifiques »

J'ai pu constater que les informations données concernant les formalités administratives à accomplir étaient parfois générales et ne spécifiaient pas forcément pour les consommateurs dans une situation particulière (étrangers, mineurs...) qu'ils devaient se renseigner par eux-mêmes auprès des autorités compétentes. Il en résulte de nombreuses situations dommageables, notamment pour les voyageurs (parents ou autres membres de la famille) emmenant avec eux des enfants mineurs.

Aussi, je préconise que :

- a - Les ressortissants étrangers soient explicitement renvoyés vers les consulats et ambassades à même de leur fournir les formalités spécifiques relatives à leur nationalité.
- b - Les parents des enfants mineurs soient explicitement informés qu'il leur appartient de se renseigner sur les formalités nécessaires à la sortie du territoire de leur enfant.

4 - Information plus précise sur la durée effective des séjours

La présentation, par les professionnels, notamment dans leurs brochures et leurs sites internet, de la durée d'un séjour et sa perception par le consommateur sont un problème récurrent dans les dossiers de médiation. En effet, entre la durée totale du voyage (transport compris), le temps effectif passé sur place, les jours de départ et d'arrivée, ou encore le nombre d'heures définissant une nuitée... les incompréhensions peuvent être nombreuses.

Aussi, je préconise que :

- Les descriptions des durées de séjour soient précisées dans les supports de vente, en mentionnant par exemple, que celles-ci comprennent le temps de transport.

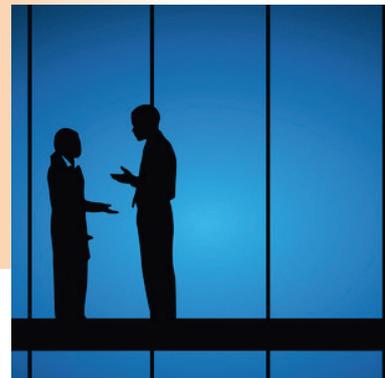
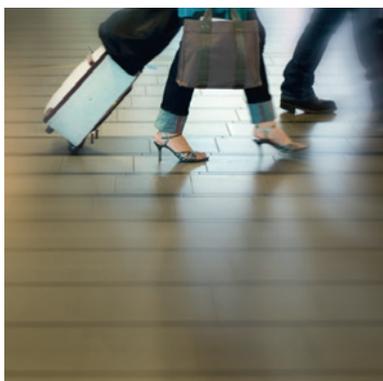
5 - Mise en place d'un dispositif de crise

L'année 2012 n'a pas souffert comme les années précédentes de grandes perturbations touristiques (avec fermeture de l'espace aérien sur certaines destinations pour des raisons climatiques, politiques ou autres). La crise économique a, par ailleurs, produit une baisse des voyages de la clientèle française (-5,1% d'après les statistiques du SNAV), comme du chiffre d'affaires des agences françaises (-4,3%). Aussi, le nouveau dispositif de médiation proposé aux voyageurs depuis 2012 n'a pas affronté de crise entraînant un brusque afflux de réclamations à traiter.

Une telle perspective n'est cependant pas à écarter et il faut s'y préparer : le dispositif actuel de médiation ne pourrait y faire face. Certes ce sont les compagnies et les agences qui auront d'abord à affronter une nouvelle crise touristique du type de celle du volcan islandais de 2010. Aussi, c'est aux professionnels du voyage et du transport aérien de s'y préparer en mobilisant en cas de crise les moyens nécessaires pour le règlement des litiges à leur niveau, afin que la médiation ne soit pas seule à en subir les conséquences.

Aussi, je préconise :

- Une réflexion à ouvrir courant 2013 sur la mise en place d'un dispositif de crise par les professions du tourisme et du transport aérien, qui pourrait conduire à la proposition d'un comité de crise tripartite (Pouvoirs publics/ Professionnels/Associations de Consommateurs). L'objectif sera de ne pas être pris au dépourvu en cas de crise en ayant une réponse opérationnelle et coordonnée.



1 - Protocole d'accord MTV – Médiation SNCF



La Médiation
Tourisme
et Voyage



MÉDIATION
SNCF

PROTOCOLE D'ACCORD

REPARTITION DE COMPETENCES

Entre le médiateur de la SNCF, M. Bernard CIEUTAT et le Médiateur Tourisme et Voyages (MTV), M Jean-Pierre TEYSSIER.

OBJET DU PROTOCOLE

Le présent protocole d'accord a pour objet de :

Définir les champs de compétence des médiateurs SNCF et MTV dans le cadre des ventes de prestations incluant un titre de transport SNCF.

Définir les modalités de transmission des dossiers d'un service à l'autre.

REPARTITION DES COMPETENCES

Par le présent protocole, il est convenu que :

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

a) entre SNCF et ses clients voyageurs portant sur:

- les prestations de transport ferroviaire effectuées par SNCF en qualité de transporteur sur tout ou partie du parcours (ce qui inclut les prestations associées au transport telles que définies dans les Tarifs Voyageurs de SNCF, notamment les services Bagages, Domicile-Train, Autotrain, Junior & Cie...);

- la distribution des titres de transport ferroviaire, non assortis de prestations hôtelières ou autres prestations touristiques, par les canaux de vente directe SNCF et par voyage.sncf.com;

b) entre idTGV et ses clients

2/ Le Médiateur Tourisme et Voyages sera compétent pour tout litige commercial relatif à la vente de forfaits touristiques (combinaison de plusieurs prestations listée à l'article L211-1 du Code du Tourisme), qui incluraient une prestation de transport réalisée par la SNCF.

3/ En cas de réception par les services de l'un des médiateurs, d'un dossier relevant de la compétence du second médiateur, ceux-ci seraient redirigés après en avoir averti le consommateur.

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

Bernard CIEUTAT

Médiateur de la SNCF

Jean Pierre TEYSSIER

Médiateur Tourisme et Voyages

2 - Référencement accordé par la Commission de la Médiation de la Consommation



A l'occasion de la signature de la Charte de Médiation, de gauche à droite :
Lionel GUERIN - Président de la Fédération Nationale de l'Aviation Marchande (FNAM)
Georges COLSON - Président du SNAV - les Professionnels du Voyage
René-Marc CHIKLI - Président de l'Association des Tour-opérateurs (CETO)

3 . Charte de la Médiation du Tourisme et du Voyage



CHARTE DE MEDIATION

CHAPITRE I – LE MEDIATEUR

- Article 1.1 Désignation
- Article 1.2 Compétences
- Article 1.3 Indépendance
- Article 1.4 Confidentialité

CHAPITRE II – DOMAINE D'APPLICATION DE LA MEDIATION

- Article 2.1 Champ d'application
- Article 2.2 Saisine hors champ d'application

CHAPITRE III – FONCTIONNEMENT DE LA MEDIATION

- Article 3.1 Saisine préalable du fournisseur de services de transport, voyage et tourisme
- Article 3.2 Procédure de saisine
- Article 3.3 Avis rendu par le médiateur

CHAPITRE IV – EFFETS ET FIN DE LA MEDIATION

- Article 4.1 Prescription
- Article 4.2 Action en justice
- Article 4.3 Non production de l'avis

CHAPITRE V – SUIVI DE LA MEDIATION

- Article 5.1 Commission de suivi de la médiation
- Article 5.2 Rapport annuel du médiateur

CHAPITRE VI – PORTEE DE LA CHARTE

PREAMBULE :

Les fournisseurs de services de transport aérien, voyage et tourisme (opérateurs et sociétés de commercialisation de services, agences de voyages et tour opérateurs), représentés par leurs associations (FNAM, SNAV, CETO) signataires et fondateurs de la présente charte, disposent de structures internes de traitement des réclamations (services chargés de la clientèle, des réclamations, de la qualité, services après-vente...) auxquelles leurs clients doivent s'adresser en cas de différend.

Toutefois, lorsqu'ils persistent, les différends pourront faire l'objet d'une médiation facultative et gratuite.

A cet effet, les fournisseurs de services de transport aérien, voyage et tourisme, représentés par leurs associations ci-dessus dénommées, réunis au sein d'une association loi 1901 dénommée Association Médiation Tourisme et Voyage (ci-après «M.T.V.»), ont désigné un médiateur, ayant une indépendance et une autorité reconnues, afin qu'il donne son avis sur ces litiges né des relations entre les professionnels et les consommateurs.

La Médiation obéit aux règles ci-après décrites.

CHAPITRE I – LE MEDiateUR

Article 1.1 Désignation

Le Médiateur est désigné, après consultation de la DGCCRF et des associations de consommateurs *, par les fournisseurs de services de transport, voyage et tourisme signataires de la présente charte pour une durée de trois (3) ans renouvelable.

Article 1.2 Compétences

Le Médiateur est désigné compte tenu de ses compétences qui lui permettent de rendre des avis en équité et en droit.

Article 1.3 Indépendance

Le Médiateur ne doit pas être lié à un fournisseur de services de transport aérien, voyage et tourisme par un contrat de travail, ni détenir des actions de l'un des fournisseurs de services de transport aérien, voyage et tourisme, ni intervenir comme consultant pour un des fournisseurs de services de transport aérien, voyages et tourisme, ni avoir de liens avec une association de consommateurs.

Le Médiateur exerce sa mission en toute indépendance et ne reçoit aucune directive de qui que ce soit.

Le Médiateur ne peut être révoqué pendant la durée de son mandat, sauf pour des motifs légitimes.

Il disposera des moyens nécessaires pour remplir sa mission.

Article 1.4 Confidentialité

Le Médiateur est soumis à une obligation de confidentialité.

Le nom des parties, le contenu du dossier et les faits dont il a eu connaissance dans l'exercice de sa mission demeurent confidentiels.

Aucun des avis qu'il est amené à rendre ne peut être porté à la connaissance de tiers au différend en cause, sauf dans les conditions particulières du rapport annuel, telles que spécifiées à l'article 5.2 de la présente charte.

CHAPITRE II – DOMAINE D'APPLICATION DE LA MEDIATION

Article 2.1 Champ d'application

La Médiation s'applique à tous les litiges opposant un fournisseur de services de transport aérien, voyage et tourisme, membre de l'un des signataires de la présente Charte, à l'un de ses Clients, (ci-après désigné Client).

Article 2.2 Saisine hors champ d'application

Dans le cas où un Client saisirait le Médiateur d'un litige l'opposant à une entreprise non adhérente à l'une des organisations signataires, le Médiateur pourra proposer, après consultation et avis des signataires de la présente Charte, à ladite entreprise le recours à la Médiation aux conditions prévues à cet effet.

CHAPITRE III – FONCTIONNEMENT DE LA MEDIATION

Article 3.1 Saisine préalable du fournisseur de services de transport, voyage et tourisme

Le recours au Médiateur n'est recevable que si le client a préalablement saisi le service interne à l'entreprise compétent pour le règlement des litiges (services chargés de la clientèle, des réclamations, de la qualité, services après-vente ...). Le fournisseur de services de transport aérien, voyage et tourisme communique au Client la possibilité de recourir à la « Médiation Tourisme et Voyage ».

Cette communication se traduit par l'inclusion dans les conditions de vente, les contrats de vente ainsi que dans le dernier courrier du professionnel au Client indiquant son refus ou son désaccord, d'une mention indiquant l'existence du Médiateur et de sa faculté d'y recourir.



Dans le cas où l'entreprise n'aurait pas répondu dans un délai raisonnable, le Client pourra saisir le Médiateur

Le Médiateur décide de la recevabilité des différends qui lui sont soumis.

Il est recommandé que le Médiateur réoriente au bon niveau de réclamation le dossier qui lui a été adressé prématurément.
S'il se déclare incompétent, le Médiateur doit informer le Client par écrit.

Article 3.2 Procédure de saisine

Le Client (de façon intuitu personae) ou le fournisseur de services de transport aérien, voyage et tourisme saisit le Médiateur au moyen d'un formulaire mis à disposition par le Médiateur, accompagné d'une copie des documents en sa possession.

Le Médiateur accuse réception de ce dossier et demande à l'autre partie de lui transmettre les éléments en sa possession et de lui exposer sa position dans le délai de 30 jours.

A défaut de réponse dans le délai indiqué, le Médiateur commence à instruire le dossier sur la seule base du dossier en sa possession.

Les échanges entre le Médiateur et les parties se font par écrit sauf si le Médiateur souhaite entendre personnellement les deux parties.

Article 3.3 Avis rendu par le Médiateur

Une fois l'instruction du dossier terminée, et dans un délai maximum de 60 jours à compter de sa saisine, le Médiateur rend un avis **en équité et en droit**.

Un exemplaire de l'avis est adressé au Client et un autre exemplaire au fournisseur de services de transport, voyage et tourisme.

Chaque partie à la Médiation est libre de suivre ou de ne pas suivre l'avis rendu par le Médiateur, et en informe l'autre partie ainsi que le Médiateur avec ses motivations.

Si l'avis a été accepté par les parties, le Médiateur a vocation à en être informé par ces dernières notamment lors d'éventuelles difficultés dans la mise en œuvre de cet avis.

CHAPITRE IV – EFFETS ET FIN DE LA MEDIATION

Article 4.1 Action en justice

Le Médiateur ne peut pas être saisi si une action en justice a été engagée par le fournisseur de services de transport aérien, voyage et tourisme ou le Client, sauf si les deux parties y consentent expressément.

D rec W

Sauf convention contraire, toute action en justice introduite par l'une des parties à la Médiation contre l'autre partie met fin à celle-ci.
La partie la plus diligente en informe le Médiateur qui met alors fin à sa mission.

Article 4.2 Confidentialité de l'avis

L'avis du Médiateur est confidentiel; les parties ne peuvent pas, sauf accord entre elles, le produire dans le cadre d'une instance judiciaire.

CHAPITRE V – SUIVI DE LA MEDIATION

Article 5.1 Commission de suivi de la Médiation

Afin de permettre un bon niveau d'information, la Commission de suivi de la médiation se réunira au moins une fois par an sauf circonstances exceptionnelles, ou plus à l'initiative du Médiateur.

Cette commission est composée de représentants de l'Etat, des associations de consommateurs *, des signataires de la présente Charte et du Médiateur.

Article 5.2 Rapport annuel du Médiateur

Le Médiateur établit un rapport annuel qui est rendu public et transmis à la Commission de la Médiation de la Consommation pour information.

Ce rapport comprend notamment une analyse des saisines (nombre total, nombre de saisines rejetées, nombre d'avis favorables au professionnel ou au consommateur, ...) et un récapitulatif des principaux litiges traités dans l'année. Il inclut également la Charte dans le cadre de laquelle le Médiateur exerce ses fonctions, son parcours professionnel ainsi que des moyens dont il dispose pour accomplir ses missions.

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.

Ces recommandations générales, dont il suit la mise en œuvre, sont incluses dans le rapport annuel du Médiateur.

A l'exception du pourcentage d'avis suivis par les fournisseurs de services de transport aérien, voyage et tourisme, le rapport ne contient aucun nom des parties à la Médiation ni aucun élément permettant d'identifier l'une de ces parties.

CHAPITRE VI – PORTEE DE LA CHARTE

Tout Client ou tout fournisseur de services de transport aérien, voyage et tourisme ayant recours au Médiateur désigné conformément à la présente Charte, s'engage à respecter la présente Charte en toutes ses dispositions.

Ce dispositif peut recevoir l'adhésion de nouveaux membres en fonction de l'évolution du cadre institutionnel.

Annotations:

**Au sens de la présente charte, le terme «associations de consommateurs» comprend toutes les associations de consommateurs agréés*

Fait à Paris le 17 février 2012

En 3 exemplaires

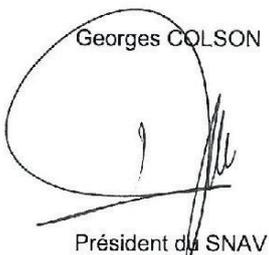
Annule et remplace la Charte de Médiation du 18 juillet 2011

Lionel GUERIN



Président de la FNAM

Georges COLSON



Président du SNAV

René-Marc CHIKLI



Président du CETO

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

www.mtv.travel



La Médiation
Tourisme
et Voyage