LE MÉDIATEUR DU TOURISME & DU VOYAGE

RAPPORT ANNUEL

2017

La Médiation Tourisme et Voyage

"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

SOMMAIRE

04 L'ANNÉE 2017
- L'édito Médiateur
- Les rencontres du Médiateur
- Les faits marquants et les chiffres-clés du tourisme
- L'évolution du contexte juridique

11 VERBATIM
- Jean-Pierre Mas, Président des Entreprises du Voyage
- Valérie Malaspina, Thomas Cook, Jet Tours
- Nicolas Revenu, CNAFC
- Hervé Gambert, CTRC Île-de-France
- Per Brogaard, Smartbox

14 L'ACTIVITÉ DE LA MTV
- Adhérents et nouveaux adhérents
- Procédure de traitement des dossiers
- MTV en chiffres
- Répartition typologique des dossiers traités
- Exemples de dossiers traités

29 CONSEILS UTILES AUX VOYAGEURS

30 COURRIERS DE CONSOMMATEURS
- Des perles des voyageurs
- Des consommateurs satisfaits

31 COMMUNICATION
- MTV dans les médias
- Fréquentation du site

33 RECOMMANDATIONS AUX PROFESSIONNELS

34 LA PROBLÉMATIQUE JURIDIQUE DE L'ANNÉE
Évaluation et indemnisation de « l'avarie bagage »

35 ANNEXES
- Protocole avec la Médiation SNCF Mobilités
- Protocole avec la Médiation Assurances
- Charte MTV
- Le Club des Médiateurs

Conformément à l'Article R614-2 du Code de la Consommation, le médiateur met à la disposition du public son rapport annuel d'activité comprenant notamment : Le nombre de litiges dont il a été saisi et leur objet ; les questions les plus fréquemment rencontrées dans les litiges qui lui sont soumis et ses recommandations afin de les éviter ; la proportion de litiges qu'il a refusé de traiter et l'évaluation en pourcentage des différents motifs de refus ; la durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges ; l'existence de la coopération au sein de réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers…

PROFIL

+ 33 %

Augmentation des demandes de médiation reçues par la MTV en 2017 par rapport à 2016.

64,5 JOURS

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

95,2 %

Proportion des avis proposés par la MTV et acceptés par toutes les parties.

+ 92 000

C'est le nombre d'entreprises couvertes par la MTV.

La Médiation du Tourisme et du Voyage (MTV) a été créée le 18 juillet 2011. Elle est opérationnelle depuis le 1er janvier 2012 et a été évaluée par la Commission de Contrôle et d'Évaluation de la Médiation de la Consommation (CECMC) et incluse dès janvier 2016 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 non réglés 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 2017

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 en date du 19 décembre 2017. Par ailleurs, il est 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 et préside aujourd'hui le Club des Médiateurs de Service au Public.

L'ÉDITO DU MÉDIATEUR

L'année 2017 a vu s'installer la médiation de la consommation instituée par l'ordonnance de mars 2015, et lancée en 2016. La liberté laissée à chaque professionnel de choisir son médiateur a entraîné une grande diversité dans ce type de médiation, avec notamment des médiateurs d'entreprises, ou de fédérations professionnelles, ou bien des associations d'avocats ou d'huissiers qui se proposent à toute entreprise avec des compétences générales tous azimuts. Mais dans le domaine du voyage, du tourisme, du transport et du loisir c'est une médiation sectorielle qui s'impose. Même si ce domaine connaît deux importants médiateurs d'entreprise à la SNCF et à la RATP, et celui d'une organisation professionnelle, la Fédération du Commerce Associé (pour les agences Carrefour notamment), tous médiateurs reconnus avec lesquels nous avons établi des liens étroits et une excellente coopération.

Mais, agréée la première dans ce secteur par les pouvoirs publics, dès janvier 2016, la Médiation du Tourisme et du Voyage (MTV), avec son attrait de médiation sectorielle à compétence spécialisée a rallié le plus grand nombre de professionnels dans son domaine. Plus de 92 000 entreprises l'ont choisi comme médiateur, généralement via leurs organisations professionnelles, mais aussi en y adhérant directement, comme on le verra dans ce rapport. Tous les professionnels en France du tourisme, du voyage et du transport l'ont adoptée, aux quelques exceptions signalées, outre certaines compagnies aériennes étrangères, comme EasyJet dès le démarrage de MTV, et Ryanair cette année. Le consommateur voyageur sait donc immédiatement à qui s'adresser.

Autre avantage : il s'agit d'un médiateur spécialisé dans un secteur qui est régulé par des droits particuliers, le Code du Tourisme et la réglementation européenne sur le transport des passagers, pour n'en citer que les plus notables. De nouvelles législations en outre interviennent : par exemple la nouvelle ordonnance sur les forfaits touristiques, qui transpose une directive européenne de 2015, entre en application le 1er juillet prochain. On en trouvera une présentation dans ce rapport. Elle nous apporte des novations juridiques, comme la *« prestation de voyage liée »*, que nous aurons à appliquer. Cela exige de notre part une compétence sans cesse affûtée et actualisée, grâce à la formation constante de notre médiation.

L'actualisation de notre compétence est une exigence à laquelle nous nous attachons particulièrement. Nous y sommes poussés par nos nouveaux adhérents qui nous apportent de nouveaux types de voyage, comme le transport maritime ou les liaisons par cars depuis l'an dernier, ou, plus récemment, par de nouvelles prestations vendues pour pratiquer certains sports comme le ski ou le parachutisme. Nous y sommes aidés par les directions juridiques des organisations professionnelles membres de MTV, mais aussi par les formations dispensées par le Club des Médiateurs, que préside d'ailleurs notre médiation.

Notre compétence particulière nous distingue des dispositifs de médiations généralistes que proposent des professions juridiques légitimement intéressées par cette belle mission, mais qui n'offrent pas au consommateur, comme au professionnel concerné, les garanties et l'efficacité d'une médiation spécialisée. C'est la raison pour laquelle il faut défendre, dans l'intérêt du consommateur, les médiations de la consommation dûment référencées

De bas en haut et gauche à droite :
Khalid El Wardi - Jessica Chevalier - Nathalie Beaujean - Esther Bou Antoun - Clémentine Aoust Jean-Pierre Teyssier - Amonkou Noel Abou - Laetitia Blatter.

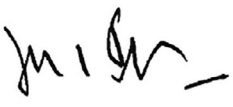
depuis 2015. Déboulent en effet de nouveaux médiateurs tous terrains, des conciliateurs ou des arbitres, que la nouvelle loi « *Justice du XXIe siècle* », présentée dans ce rapport, permet de se placer auprès des tribunaux (qui veulent désormais se décharger de beaucoup de leurs litiges sur la recherche préalable de solutions à l'amiable). Ces nouveaux venus de professions incontestables ne sont cependant pas encadrés, et ne présentent pas les garanties des médiateurs de la consommation, qui sont, eux, évalués, référencés et contrôlés par une Commission placée auprès de la DGCCRF. Le consommateur peut s'y perdre, et y perdre, car il doit toujours bénéficier de la gratuité, de l'impartialité et de l'efficacité contrôlée des médiateurs de la consommation.

Les avantages de la médiation sectorielle expliquent le développement de MTV et de son activité : ce rapport annuel en fait le bilan pour 2017. Ne citons que deux chiffres : plus de 33 % d'augmentation des demandes de médiation nous ont été adressées en 2017 par rapport à l'année précédente, près de 95 % de nos avis ont été acceptés par les parties au litige. Nous avons enregistré de nouveaux adhérents professionnels, venus de l'hôtellerie principalement. Il y a aussi des entreprises de loisirs, comme des stations de ski ou des golfs. Six ans après la création de MTV, à l'initiative des professionnels, ce dispositif de médiation attire toujours et répond ainsi aux objectifs qui lui ont été fixés. L'arrivée de Ryanair en 2018 le confirme.

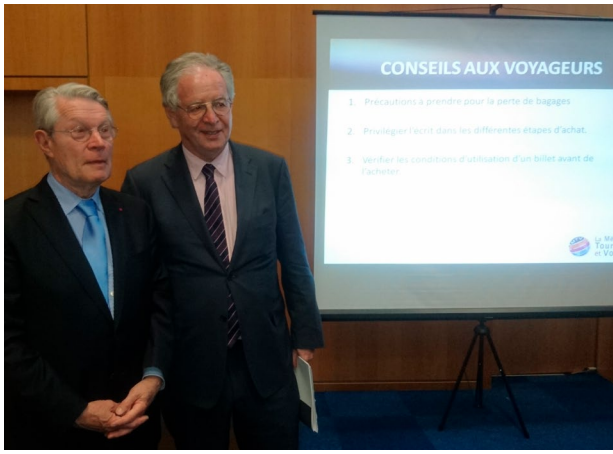
Au-delà d'un bilan chiffré, ce rapport propose aussi des conseils au voyageur pour lui éviter des déconvenues et aussi des litiges potentiels avec un voyagiste. Les achats dans le domaine du tourisme et du voyage s'effectuent à plus de 70 % par moyen électronique. Cela exige du voyageur une véritable formation, pour savoir par exemple quand et comment se forme le contrat de voyage pendant le processus de réservation, avec le « double click » dont l'importance est expliquée. Y figurent aussi des recommandations aux professionnels du secteur pour éviter certains types de litiges que nous constatons, comme le « *délogement* » dont sont victimes des voyageurs à leur arrivée sur place : le voyagiste qui a vendu un hôtel précis devrait vérifier quelques jours avant le départ qu'il est bien disponible pour son client, et ne pas rejeter sur son prestataire un « surbooking » malheureusement trop souvent constaté dans certains pays. Ces propositions offrent aux professionnels des moyens d'améliorer leurs services à leurs clients, et s'inscrivent dans leur processus de qualité. Nous sommes toujours prêts dans cet esprit à rencontrer les entreprises, comme nous le faisons de plus en plus chaque année.

La Médiation du Tourisme et du Voyage permet ainsi, comme les autres médiations, de renforcer le lien de confiance avec le public. Dans le secteur du transport ce lien malheureusement se distend, alors que le consommateur est de plus en plus mobile, et que les mobilités offertes sont de plus en plus mal ressenties, notamment dans l'aérien qui nous apporte plus de la moitié des dossiers que nous traitons. La médiation offre aux consommateurs un moyen impartial et efficace de résoudre à l'amiable des litiges que le développement croissant des voyages et des loisirs rend nécessairement plus nombreux. Avec tous les autres médiateurs, elle remplit ainsi une mission sociale bien utile, en reprisant les liens distendus d'une société qu'il faut rassembler. Je remercie les professionnels qui nous font confiance, ainsi que toute l'équipe vaillante et motivée de MTV, de nous permettre de poursuivre cette action d'utilité sociale.

Jean-Pierre Teyssier
Médiateur du Tourisme et du Voyage
Président du Club des Médiateurs



LES RENCONTRES DU MÉDIATEUR



Présentation du rapport annuel 2016 – 16 mars 2017 lors du Salon Mondial du Tourisme – avec René Marc Chikli, Président du SETO et précédent Président de MTV.

JANVIER
17 - Atelier EDV Sud-Ouest
17 - Vœux du Ministre de l'Économie
18 - Rencontre Direction Générale de l'Aviation Civile
24 - Commission juridique EDV
26 - Club des Médiateurs à Bercy
30 - Vœux Institut National de la Consommation

FÉVRIER
03 - Rencontre Air Madagascar
08 - Atelier Mister Fly

MARS
01 - Formation médiation du Club
02 - MEDEF Commission données personnelles
03 - Atelier Cercle des Vacances
09 - Commission juridique EDV
14 - Colloque Entreprises publiques locales
15 - Présentation du Rapport annuel aux associations de consommateurs
16 - Conférence de presse pour le Rapport annuel au Salon du Tourisme
23 - Club des médiateurs (ENGIE)
29 - Atelier Cercle des Vacances
31 - Rencontre Flixbus

AVRIL
06 - Atelier Leclerc Voyages
20 - Commission juridique EDV
25 - Présentations aux Entreprises Publiques Locales
26 - AG Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme

MAI
11 - Réunion Fédération Nationale de l'Aviation Marchande
18 - Club des Médiateurs (La Poste)
18 - CA et AG de la MTV
22 - Rencontre Air Madagascar
24 - Rencontre Union des Transports Publics

JUIN
01 - Rencontre Thomas Cook
02 - MSC, Le Havre
08 - Rencontre Médiation ENGIE
09 - Présentations EDV Sud-Ouest, à Toulouse
21 - Rencontre Offices de Tourisme de France
23 - Atelier Confédération Nationale des Associations Catholiques
27 - Rencontre Syndicat des Entreprises du Tour-Operating, Ambassade de Croatie
27 - Atelier Thomas Cook Sud-Ouest
28 - Interview Le Particulier
29 - Séminaire Club des Médiateurs

JUILLET
06 - Rencontre Domaine Skiables de France
12 - Rencontre Médiation SNCF
13 - Réunion APST

AOÛT
07 - Intervention à l'émission *« Le Téléphone Sonne »*

SEPTEMBRE
08 - Intervention Fédération Nationale des Associations d'Usagers des Transports
21 - Club des Médiateurs (Caisse des Dépôts)
21 - Atelier Thomas Cook Ouest
26 - Atelier Thomas Cook Nord Est
26 - Signature protocole avec SNCF Mobilités
29 - Réunion ACCOR à Issy-les-Moulineaux

OCTOBRE
06 - Confédération Nationale des Associations Catholiques
18 - Journée Portes Ouvertes Maison du Tourisme
19 - Atelier Thomas Cook Centre-Ouest
20 - Échanges Union des Aéroports Français
20 - Réunion Flixbus
24 - Réunion Médiation des Communications Électroniques

NOVEMBRE
10 - Réunion à Berlin de Travel-Net
15 - Formation médiation du Club
15 - Atelier chez Leclerc Voyages
16 - Réunion Médiation SNCF Mobilités
22 - Atelier lors du Congrès des Entrepreneurs du Voyage
23 - Club des Médiateurs (AMF)
27 - Conférence *« Médiation sous l'angle juridique »*
28 - Animation d'un atelier au Centre Technique Régional de la Consommation Île-de-France

DÉCEMBRE
05 - Commission transport EDV
05 - Séminaire interacadémique BTS Tourisme
07 - Réunion Médiation Nationale de l'Énergie
12 - Cocktail EDV-APST
13 - Réunion RYANAIR
19 - CA MTV

FAITS MARQUANTS 2017

1er janvier
Attentat à Istanbul.

11 janvier
Ouverture du Championnat du Monde de Handball en France.

20 janvier
Donald Trump devient le 45e Président des États-Unis.

12 février
Franck-Walter Steinmeier est élu président de la République Fédérale d'Allemagne.

22 mars
Attentat à Londres.

9 avril
Marathon international de Paris.

20 avril
Attentat contre des policiers à Paris.

7 mai
Emmanuel Macron est élu Président de la République.

22 mai
Attentat à Manchester.

1er juin
Dénonciation des Accords de Paris sur le climat par Donald Trump.

3 juin
Nouvel attentat à Londres.

10 juin
Ouverture de l'Exposition Universelle à Astana au Kazakhstan.

7 juillet
Ouverture du G20 à Hambourg.

17 août
Attentat à Barcelone.

6 septembre
L'ouragan Irma dévaste plusieurs îles des Antilles et une partie de la Floride.

13 septembre
Désignation de Paris comme ville hôte des Jeux Olympiques 2024.

19 septembre
Important tremblement de terre au Mexique.

1er octobre
Référendum sur l'indépendance de la Catalogne.

17 octobre
La ville de Raqqa est reprise à l'organisation terroriste Daesh.

31 octobre
Attentat à New York

6 novembre
COP23 à Bonn.

12 novembre
Important séisme en Iran et en Irak.

15 novembre
Importantes coulées de boue dans la banlieue d'Athènes.

24 novembre
Attentat dans le Sinaï en Égypte.

14 décembre
Collision entre un TER et un bus scolaire près de Perpignan.

22 décembre
Tempête tropicale meurtrière aux Philippines.

"L'équité naturelle demande que le degré de preuve soit proportionné à la grandeur de l'accusation."

Montesquieu

DESTINATIONS LES PLUS SÛRES[1] CLASSEMENT 2017

selon le World Economic Forum

1 **FINLANDE**
2 Émirats Arabe Unis
3 Islande
4 Oman
5 Hong Kong SAR
6 Singapour
7 Norvège
8 Suisse
9 Rwanda
10 Qatar
11 Portugal
12 Luxembourg
13 Nouvelle-Zélande
14 Autriche
15 Estonie
16 Suède
17 Slovénie
18 Espagne
19 Pays-Bas
20 Maroc
21 Irlande
22 Australie
23 Canada
24 Croatie
25 Bhoutan
26 Japon
27 Danemark
28 Taïwan Chine
29 Géorgie
30 République Tchèque
31 Malte
32 Belgique
33 Île Maurice
34 Arménie
35 Azerbaïdjan
36 Chypre
37 République de Corée
38 Jordanie
39 Roumanie
40 Lettonie
41 Malaisie
42 Lituanie
43 Koweït
44 Chili
45 Hongrie
46 Albanie
47 Bahreïn
48 Pologne
49 République de Tadjikistan
50 Mongolie
51 Allemagne
52 Gambie
53 Grèce
54 République Slovaque
55 Barbade
56 Macédoine
57 Viêtnam
58 Kazakhstan
59 Sri Lanka
60 Zimbabwe
61 Arabie Saoudite
62 Ghana
63 Uruguay
64 Sénégal
65 Nicaragua
66 Laos

1/ Hors petite criminalité

67 **FRANCE**
68 Costa Rica
69 Moldavie
70 Italie
71 Lesotho
72 Serbie
73 Zambie
74 Malawi
75 Monténégro
76 Bosnie-Herzégovine
77 Botswana
78 Royaume-Uni
79 Panama
80 Gabon
81 Algérie
82 Namibie
83 Bénin
84 États-Unis
85 Équateur
86 Cap-Vert
87 Iran
88 Cambodge
89 Bulgarie
90 Sierra Leone
91 Indonésie
92 Tanzanie
93 Madagascar
94 Bolivie
95 Chine
96 Côte d'Ivoire
97 Argentine
98 République Kirghizistan
99 Éthiopie
100 Népal
101 Paraguay
102 Tunisie
103 Israël
104 Ouganda
105 Mozambique
106 Brésil
107 République dominicaine
108 Pérou
109 Russie
110 Cameroun
111 Burundi
112 Mauritanie
113 Mexique
114 Inde
115 Trinité et Tobago
116 Turquie
117 République démocratique du Congo
118 Thaïlande
119 Jamaïque
120 Afrique du Sud
121 Guatemala
122 Tchad
123 Bangladesh
124 Mali
125 Liban
126 Philippines
127 Ukraine
128 Honduras
129 Kenya
130 Égypte
131 Venezuela
132 Nigeria
133 Pakistan
134 Salvador
135 Yémen
136 **COLOMBIE**

TOURISME : QUELQUES CHIFFRES PUBLIÉS EN 2017

- **+ 32 % des demandes de visas touristiques** et hausse des nuitées hôtelières internationales en Île-de-France (+12,6 %).

(Atout France)

- **598 millions de voyageurs dans le monde** pendant le premier semestre 2017, soit une hausse de +6 % par rapport à 2016, que n'avait plus connu le secteur depuis 7 ans.

(OMT)

- **Plus de la moitié (51,9 %) de l'activité touristique des résidents de l'UE a lieu en été**.

(Eurostat)

- Au premier semestre 2017, **le nombre de touristes en France a augmenté de 4,6 %**.

(France Info)

- **434,4 millions de réservations aériennes** émises par des agences de voyages ont été enregistrées par Amadeus entre janvier et octobre 2017.

(L'écho Touristique décembre 2017)

- Les palaces parisiens affichent **un taux de remplissage de 68 %** en 2017, soit 5,5 % de plus que l'année dernière.

(France info décembre 2017)

- Selon les chiffres de l'Aviation Safety Network, 2017 affiche **le moins d'accidents d'avion depuis 72 ans**.

"Le bonheur n'est pas une destination à atteindre, mais une façon de voyager."

M. Lee Runbeck

- Avec 8 % de croissance des arrivées touristiques enregistrées sur les dix premiers mois de l'année, **l'Afrique arrive en deuxième position des régions en plus forte croissance** au niveau mondial.

(OMT)

L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE JURIDIQUE

TRANSPOSITION DE LA DIRECTIVE « *VOYAGE À FORFAIT* »

La directive du 25 novembre 2015, qui devra entrer en vigueur le 1er juillet 2018, a été transposée par une Ordonnance publiée le 20 décembre 2017.

Ce nouveau texte va profondément modifier les règles de la production et de la commercialisation de voyages à forfait. Voici quelques-unes des nouveautés, qui attendent les professionnels du secteur, leurs clients et la Médiation du Tourisme.

UNE NOUVELLE DÉFINITION DU « *FORFAIT* »

Si la rédaction de la définition du forfait proposée par le nouvel article L. 211-2 du Code du Tourisme (« *la combinaison d'au moins deux types différents de services de voyage aux fins du même voyage ou séjour de vacances, dépassant vingt-quatre heures ou incluant une nuitée* ») ne change pas foncièrement de la version précédente, la suppression de la notion de combinaison « *préalable* », permet (et c'était là l'un des buts initiaux de la nouvelle Directive) de faire entrer le « *package dynamique* » dans le cadre de cet article avec les obligations que cela entraîne *(voir ci-après)*.

En outre, ce nouvel article L211-2 introduit une notion inexistante à ce jour, dans le langage touristique français : la « *prestation de voyage liée* » (PVL). Ce nouveau type de voyage n'est pas un forfait, mais donne des garanties au voyageur qui bénéficie d'informations obligatoirement fournies par le voyagiste.

LA NOUVELLE NOTION DE « *PVL* »

Cette « *PVL* » est définie au III de l'article L. 211-2 comme - « *la combinaison d'au moins deux types différents de services de voyage achetés aux fins du même voyage ou séjour de vacances, couvrant au moins vingt-quatre heures ou une nuitée, ne constituant pas un forfait et entraînant la conclusion de contrats séparés avec des prestataires de services de voyage individuels* ».

Au-delà de cette définition générale, le texte apporte quelques précisions sur les conditions requises pour permettre la qualification de « *PVL* » et notamment que l'achat se fasse :

- à l'occasion d'une seule visite à son point de vente ou d'une seule prise de contact,
- l'achat auprès de l'autre professionnel se fasse au plus tard vingt-quatre heures après la confirmation de la réservation du premier service de voyage.

UNE RECHERCHE DE TRANSPARENCE DANS LA MISE EN ŒUVRE DES « *PÉNALITÉS D'ANNULATION* »

Jusqu'à maintenant, les professionnels étaient relativement libres de fixer de façon discrétionnaire le barème des pénalités applicables en cas d'annulation du client (avec la contrepartie de devoir un dédommagement de même valeur en cas d'annulation à l'initiative de l'agence).

Le nouvel article L. 211-14 s'attache à imposer aux professionnels des frais de résolution « *appropriés et justifiables* », que ceux-ci soient appliqués dans le cadre d'un barème standard basé sur la date d'annulation ou calculés en tenant compte des éventuelles « *économies de coûts et revenus réalisés du fait d'une remise à disposition des services de voyage* ».

En tout état de cause, le voyageur pourra toujours demander à ce que le vendeur justifie le montant des frais de résolution appliqués.

UNE GRANDE LIBERTÉ D'APPRÉCIATION LAISSÉE AU VOYAGEUR

L'un des éléments les plus marquants de cette nouvelle disposition est l'introduction d'un certain nombre de nouveaux droits pour le consommateur, soumis à son appréciation, parfois subjective, de la situation de fait.

L'article L211-14 prévoit par exemple que le voyageur pourra renoncer sans frais à son voyage s'il estime que des « *circonstances exceptionnelles et inévitables, survenant au lieu de destination ou à proximité immédiate de celui-ci* » auront des conséquences importantes sur le déroulement de son séjour… **sans donner d'indication sur les éléments à prendre en compte pour considérer que le renoncement est justifié** (par exemple une recommandation explicite des pouvoirs publics) ou encore préciser l'étendue de la notion de « *proximité immédiate* ».

Par ailleurs, l'article L211-16 permet au **voyageur de fixer le « délai raisonnable » dans lequel le professionnel devra résoudre une non-conformité du voyage** ; à défaut de quoi, il pourra prendre l'initiative de le faire lui-même (sans encadrement spécifique notamment en termes de montants) et demander le remboursement des dépenses engagées.

UNE RESPONSABILITÉ DE PLEIN DROIT MAINTENUE

Après de longues discussions entre les organisations professionnelles du secteur et le législateur français, ce dernier a choisi de maintenir le principe d'une responsabilité de plein droit (c'est-à-dire sans que le consommateur ait à prouver une faute), qui sera reprise par le nouvel article L211.16.

UN RENFORCEMENT DE L'OBLIGATION D'INFORMATION DES PROFESSIONNELS

Au-delà des informations classiques sur la prestation et leurs modalités d'exécution (type d'hébergement, prix, formalités administratives…) la transposition de la Directive introduit toute une série de nouveaux points d'information, qui devront être transmis au consommateur, notamment : **la langue utilisée lors de l'exécution des services, l'adaptabilité du séjour aux personnes à mobilité réduite… ou encore l'information sur le type de prestation achetée** (forfait, PVL…) **et les garanties, qui y sont attachées.**

UNE NOUVELLE OBLIGATION LÉGALE DE PRISE EN CHARGE

Suite à l'épisode du *« volcan islandais »* de 2010, s'est très vite posée la question de la **prise en charge financière des frais d'hébergement des voyageurs bloqués à destination** et notamment de savoir si cette obligation incombait à l'agent de voyages alors même que le cas de force majeure, qui en était à l'origine devait être considéré comme exonératoire de responsabilité.

L'alinéa 7 du nouvel article L211-16 du Code du Tourisme, tranche cette question en prévoyant que : *« lorsqu'il est impossible, en raison de circonstances exceptionnelles et inévitables, d'assurer le retour du voyageur comme prévu dans le contrat,* ***l'organisateur ou le détaillant supporte les coûts de l'hébergement nécessaire…*** » tout en limitant cette prise en charge à 3 jours.

LA LOI « JUSTICE DU XXIe SIÈCLE » DU 18/11/2016

Cette loi validée par le Conseil Constitutionnel en fin d'année 2016, a fait l'objet de plusieurs décrets en 2017 et devrait voir l'entrée en vigueur de ses différentes dispositions, s'étaler sur plusieurs années et au plus tard jusqu'en 2021 (notamment la disposition visant à transférer les litiges entre artisans, des tribunaux de grande instance aux tribunaux de commerce).

Le but de ce texte est **de rendre la justice plus efficace**, **plus simple, plus accessible et plus indépendante**, en recentrant l'intervention du juge sur sa mission essentielle : *« l'acte de juger »*.

Pour ce faire, un certain nombre de mesures, dans plusieurs domaines sont envisagées. Citons notamment :

- La suppression de l'homologation par le juge de la convention de divorce par consentement mutuel.
- La suppression des tribunaux de proximité et des tribunaux correctionnels pour mineurs.
- La possibilité de sanctionner de nouvelles infractions routières à partir d'un contrôle automatisé ou vidéo.
- Une nouvelle procédure pour le changement de sexe à l'état civil.
- Le regroupement du contentieux social aux tribunaux de grande instance.
- Le transfert de l'enregistrement des Pacs aux officiers d'état civil en mairie.
- La suppression de l'homologation par le juge des plans de surendettement des particuliers.
- Le lancement de justice.fr, permettant de s'informer sur ses droits et suivre en ligne son affaire.
- La création d'un socle commun pour les actions de groupe.
- **L'encouragement des modes alternatifs de règlement des litiges.**

Sur ce dernier point, le Titre II article 4 de la loi prévoit que :

« À peine d'irrecevabilité que le juge peut prononcer d'office, la saisine du tribunal d'instance[1] par déclaration au greffe doit être précédée d'une tentative de conciliation menée par un conciliateur de justice, sauf :
1° Si l'une des parties au moins sollicite l'homologation d'un accord ;
2° Si les parties justifient d'autres diligences entreprises en vue de parvenir à une résolution amiable de leur litige ;
3° Si l'absence de recours à la conciliation est justifiée par un motif légitime ».

La justice reconnaît ainsi, dans son objectif de désengorgement des tribunaux, les modes alternatifs de résolution amiable des litiges. Certes la médiation n'est explicitement citée qu'en matière administrative et familiale. Mais surtout la médiation de la consommation, déjà existante comme MTV, et encadrée par d'autres textes, n'est pas explicitement mentionnée sauf indirectement dans les *« autres diligences »* du point 2. Entre les médiations ainsi librement ouvertes aux justiciables auprès des tribunaux, et la médiation de la consommation, régulée et contrôlée par la CECMC, il y a une différence de statut, et de garanties pour le consommateur, qui mérite d'être soulignée.

1/ C'est-à-dire pour les litiges inférieurs à 4 000 €.

VERBATIM

"La réconciliation, c'est le partage équitable de la confiance."

Jean Hatzfeld

Jean-Pierre Mas
Président des Entreprises du Voyage (EDV)

« En 2017, la Médiation du Tourisme et des Voyages a fait face à la double croissance du nombre d'entreprises membres et des dossiers traités.

Dès ma nomination aux fonctions de Président de l'Association MTV, l'un de mes principaux objectifs a été de donner au Médiateur et à ses équipes les moyens de faire face à l'augmentation des demandes tout en restant dans un cadre budgétaire contraint et en maintenant les niveaux de qualité et de réactivité qui ont fait de la MTV une référence dans le domaine de la médiation en France.

Au-delà d'une activité qui continue de progresser avec 5 733 dossiers reçus (soit une augmentation de 33 %) et plus de 2 600 avis rendus (soit une augmentation de 25 %), la MTV a franchi en 2017 une étape dans sa reconnaissance nationale et européenne.

L'arrivée de nouveaux acteurs du secteur du tourisme, des transports et des loisirs porte aujourd'hui le champ de compétence de la médiation à plus de 90 000 entreprises. Je souhaite continuer à élargir le cadre de nos adhérents à l'ensemble des professionnels et organisations de notre secteur et faire de la Médiation la voie naturelle de recours en cas de difficultés entre un client et un adhérent.

Forte de sa reconnaissance par la Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation, MTV a réussi à tisser un lien étroit avec ses homologues européens et être à l'origine de la mise en place d'un réseau transfrontalier de règlement des litiges dans le tourisme.

Les éléments de ce rapport prouvent que nos objectifs ont été largement atteints. Je tiens à adresser mes plus sincères remerciements au Médiateur, Jean-Pierre Teyssier, ainsi qu'à l'ensemble de son équipe pour la qualité de leur travail et le maintien de standards élevés. »

Hervé Gambert
Centre Technique Régional de la Consommation (CTRC) Île-de-France

« La réunion avec le secrétaire général de la médiation du tourisme le 28 novembre 2017 au siège du CTRC Île-de-France a été particulièrement appréciée par les représentants des associations de consommateurs présentes.

La Médiation dans le secteur du Tourisme doit être vue comme un partenariat entre les associations, le médiateur et par voie de conséquence avec les professionnels.

Cette rencontre a permis de mettre en évidence la complexité de certains dossiers, la nécessité de mieux informer les consommateurs afin d'aboutir à un juste partage des droits et devoirs de chacune des parties, tenant compte prioritairement de la législation sans ignorer les aléas toujours possibles lors d'un séjour touristique.

Les associations de consommateurs franciliennes renouvellent leur intention de créer une réelle complémentarité entre leurs actions locales et le médiateur. *»*

Valérie Malaspina
Thomas Cook

« Il y a quelques années, quand la Médiation du Tourisme et du Voyage a été créée, j'avais beaucoup d'interrogations et pour être tout à fait franche, je ressentais une certaine appréhension vis-à-vis de ce nouvel organisme. J'ai donc rencontré le médiateur M. Jean-Pierre Teyssier, et son équipe, afin de mieux appréhender le rôle de ce nouvel acteur dans notre profession. Cette réunion m'a pleinement rassurée.

Le constat était évident : nous parlions le même langage, celui du droit, du bon sens et de la valorisation de la relation commerciale.

Cinq ans plus tard, la Médiation du Tourisme et du Voyage est devenue incontournable et indispensable dans notre relation client. Les voyageurs sont souvent très informés mais aussi mal informés. Ils ont du mal à comprendre leurs véritables droits face à des législations parfois complexes et peuvent être influencés à tort. Ils font alors preuve de défiance face à la réponse du professionnel du tourisme.
La Médiation du Tourisme et du Voyage, du fait de son impartialité, délivre des explications qui sont mieux entendues par nos clients, nous permettant ainsi de renouer le dialogue.
C'est particulièrement vrai dans le cadre des réclamations concernant les retards aériens.

Au-delà de l'obligation d'informer nos clients du recours possible à la Médiation du Tourisme et du Voyage, nous prenons souvent l'engagement de suivre l'avis qui sera rendu, et ce quel qu'il soit. Nos clients apprécient ce gage de transparence.

Parce que « mieux vaut prévenir que guérir », *la Médiation du Tourisme et du Voyage est également pour Thomas Cook un organisme de formation et d'informations. Khalid El Wardi, Secrétaire Général de la Médiation du Tourisme et du Voyage, a l'amabilité d'intervenir auprès de nos agents de voyages partout en France. Il leur délivre les clefs pour mieux appréhender leur domaine de responsabilité. Notre qualité de conseil aux clients s'en trouve améliorée. Aujourd'hui, je peux affirmer que la Médiation du Tourisme et du Voyage représente pour Jet tours et Thomas Cook un véritable atout dans notre relation client. »*

Nicolas Revenu

Confédération Nationale des Associations Catholiques (CNAFC)

« Il est évident que la Médiation de la consommation en général continue sa mise en place progressive qui n'est pas tout à fait achevée. Dans ce contexte, notre association est particulièrement sensible à la nécessité de communiquer sur la mise à disposition par les entreprises d'un service de médiation.

C'est la responsabilité des entreprises, la mission des pouvoirs publics et le rôle des associations de consommateurs.

En ce qui concerne MTV en particulier, nous pouvons dire qu'il s'agit, pour nous, du modèle de médiation de la consommation à promouvoir.
En effet, il s'agit d'une médiation de secteur, qui ne relève donc pas d'un opérateur en particulier (ou n'en est pas l'émanation directe). Ce point est très important du point de vue de l'indépendance du Médiateur qui est plus facile à assurer et surtout de la perception des consommateurs qui peuvent ainsi différencier plus facilement les recours adressés d'une part à l'entreprise en cause et d'autre part (et dans un deuxième temps) au Médiateur en tant que tiers indépendant.

Un autre avantage de la médiation gérée par un secteur économique spécialisé est que la structure qui analyse les litiges a, ou acquiert rapidement, une bonne connaissance technique des problèmes qui résultent des contraintes ou des faiblesses des entreprises en cause.

Il est certainement beaucoup plus attractif pour une entreprise d'adhérer à un système de médiation de ce genre, et c'est sans doute, plus efficace quant à la sécurité de la solution proposée au consommateur, qu'une médiation rendue par un organisme trop généraliste.

Dans ces conditions, nous ne pouvons que souhaiter que l'action déjà reconnue de la MTV s'étende encore par l'adhésion d'opérateurs de plus en plus nombreux.

Nous observons un problème commun à toutes les médiations qui est la gestion des compétences entre différents secteurs. La question des assurances illustre bien ce type de problème. Nous sommes heureux que des accords intéressants les secteurs et médiateurs entre eux s'élaborent peu à peu. »

Per Brogaard

Smartbox

« Pour Smartbox Group Ltd, pionnier et leader européen du cadeau d'expérience, rejoindre la Médiation Tourisme et Voyage corrobore notre préoccupation majeure de transparence auprès de nos clients.

Avec plus de 6 millions de cadeaux d'expérience vendus par an en Europe, nous mettons constamment l'accent sur la qualité de nos expériences, tout en élargissant notre nombre de partenaires et d'activités proposées, pour donner le plus grand choix à nos clients.

Dans cette optique, nous faisons notre maximum pour que notre offre réponde à leurs attentes. Cela signifie que nous développons aussi des services exclusifs comme l'échange gratuit, illimité et immédiat en ligne ou l'internalisation de notre service client. Le recours à la médiation va dans ce sens.

C'est un service supplémentaire, un vrai bénéfice pour nos consommateurs. La vision externe de la Médiation Tourisme et Voyage nous permet par ailleurs de trouver ensemble des solutions adaptées à la spécificité de chaque situation. Centrée sur le dialogue, elle offre un recours impartial qui démontre à nos clients notre volonté de proximité, conforme aux valeurs de l'entreprise. »

L'ACTIVITÉ DE LA MTV

LES ADHÉRENTS

ENTREPRISES DU VOYAGE
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…).

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…

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.

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.

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.

ASSOCIATION PROFESSIONNELLE DE SOLIDARITÉ DU TOURISME
Sa mission est d'apporter, aux opérateurs de voyages, la garantie financière dans le but de protéger le client consommateur. L'APST délivre sa garantie à ce dernier, quand le professionnel du tourisme, à qui il a versé des fonds, est financièrement défaillant. Plus de 3 000 Professionnels du Tourisme sont Membres Adhérents de l'Association.

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.

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.

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, Évian, Cavalaire, Mandelieu…).

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

SYNDICAT DES COMPAGNIES AÉRIENNES AUTONOMES
Regroupe 8 compagnies aériennes (dont Europe Airpost, Air Tahiti NUI et…) basées en métropole et dans les territoires ultramarins.

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.

UNION NATIONALE 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.

FÉDÉRATION 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.

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.

DOMAINES SKIABLES DE FRANCE
Chambre professionnelle des opérateurs de domaines skiables.
Aujourd'hui il fédère 406 adhérents répartis entre 238 membres actifs (opérateurs de remontées mécaniques ou de domaines skiables), 168 membres correspondants (fournisseurs, constructeurs, centres de formation, maîtres d'œuvre…).
En tant que syndicat professionnel national, Domaines Skiables de France informe, représente et défend les entreprises de remontées mécaniques et domaines skiables.

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

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.

ADHÉSIONS 2017

CONTACT HÔTELS
Créé il y a vingt-cinq ans, le Groupement Contact Hôtel est né de l'intuition d'amis hôteliers : fédérer des professionnels de l'hôtellerie, en vue d'optimiser les services qualité rendus à leurs clients, tout en conservant leurs singularités.
Aujourd'hui, c'est 280 hôtels dans toute la France avec un programme fidélité unique et performant.

MELIA HÔTELS FRANCE
Groupe qui compte actuellement, plus de 370 hôtels situés dans 43 pays sur 4 continents sous ses marques : Gran Meliá, Meliá, Paradisus Resorts, ME by Meliá, Innside by Meliá, TRYP by Wyndham, Sol Melia Hôtels et Club.

TICKETNET
Entreprise française de vente de billets de spectacles, d'événements sportifs, et de loisirs, mais aussi un éditeur de logiciel de billetterie de spectacles.
C'est aussi une équipe de plus de 110 personnes, un capital de 3 000 000 € et un catalogue de plus de 170 000 séances/an France et en Europe disponibles à la réservation.

SMARTBOX
Marque phare du groupe Smartbox Group Limited, leader européen des coffrets cadeaux. En 2003, Smartbox lance en France le concept original, sans valeur faciale, offre un choix parmi plus d'une centaine de coffrets répartis dans 5 univers : Séjour, Bien-être, et Aventure, Gastronomie, et Multithèmes.

AIR MADAGASCAR
Depuis 1961, la compagnie aérienne nationale malgache Air Madagascar relie la Grande Ile au monde entier, alors que ses nombreuses destinations domestiques contribuent au désenclavement et au développement des différentes régions.

L'TUR
Tour-opérateur allemand, fondé en 1987 par Karlheinz Kögel, un ancien animateur de la radio régionale allemande SWF3.
Son siège se trouve dans la ville de Baden-Baden, en Allemagne.
Avec plus de 165 agences dans 6 pays européens (Allemagne, Autriche, France, Pays-Bas, Pologne et Suisse), il est un des leaders sur le marché européen des voyages de dernière minute.

LE GRAND CHALET DES PISTES
Résidence hôtelière*** située à Méribel au cœur des 3 Vallées : Méribel, Courchevel, Les Menuires et Val Thorens accueille dans un chalet chaleureux et confortable pour des vacances au ski comme pour un séjour à la montagne en été.

AREAS
Marque mondiale de son activité de restauration de concession d'Elior Group. Troisième acteur mondial de la restauration du voyage, Areas est aujourd'hui leader en France et en Espagne et présent dans douze pays en Europe, aux États-Unis et en Amérique Latine.
Chaque jour, Areas restaure 900 000 voyageurs dans ses 2 200 points de vente.

GOLD HÔTEL
Hôtel 3* à Paris au cœur de Montmartre et du Moulin Rouge.

G'R4
Réseau de transport en commun géré par la Communauté de communes du Pays du Grésivaudan est confié depuis le 1er septembre 2015 à l'entreprise G'R4. Cette société assure désormais l'exploitation et la gestion des lignes de transport TouGo ainsi que la promotion des autres mobilités telles que le covoiturage, l'autopartage et le train. 4 transporteurs composent ce groupement : CarPostal Interurbain, Philibert Transport, Europe Autocars et Autocars Dalbon-Goulaz.

HELITEAM
Première compagnie aérienne d'hélicoptère d'Occitanie, couvrant tout l'arc méditerranéen, HELITEAM est dotée de sa propre flotte d'hélicoptères et de son antenne à l'aviation générale.
Pour qu'HELITEAM soit parfaitement intégrée au cœur de l'activité aéronautique de la région, le choix s'arrête naturellement sur l'aéroport de Montpellier Méditerranée.

HONOTEL
Le Groupe a développé une offre qui évolue avec les nouvelles attentes des consommateurs et les nouveaux modes de vie urbains avec Smart Hostel, Meet & Play Hôtel, Concept Boutique Hôtel et Pocket Palace.
Honotel c'est aujourd'hui, un portefeuille d'hôtels à Paris et dans les grandes villes de France métropolitaine, qui compte aujourd'hui 40 hôtels et 2 000 chambres.

GOLF DE ST MARC
À 12 km du pont de Sèvres, le golf de Saint-Marc est tracé dans le domaine du château des Cotes. Sur 52 hectares, le lieu est agrémenté de 4 hectares de plans d'eau naturels, alimentés par une source jaillissant d'une grotte.

RÉSIDENCE OLIVERAIE
Séparée en 2 bâtiments, elle est située à Menton et propose des studios et des appartements modernes.

LOUSTRAL DEL MAR
Village Vacances situé dans le Lavandou à 18 km de l'aéroport de Toulon-Hyères.

LA PROCÉDURE DE TRAITEMENT DES DOSSIERS

QUI PEUT SAISIR ?

Un consommateur directement ou *via* un représentant (association de consommateurs, protection juridique…) ayant un litige avec une entreprise adhérente à la MTV.

COMMENT SAISIR LA MÉDIATION ?

En ligne *via* un formulaire électronique sur notre site :
www.mtv.travel

ou par courrier postal à l'adresse :
MTV
Médiation Tourisme Voyage
BP 80 303
75823 Paris Cedex 17

CONDITIONS DE RECEVABILITÉ D'UNE DEMANDE DE MÉDIATION

1. Saisine préalable du professionnel.
2. Réponse non satisfaisante ou absence de réponse dans les soixante jours.
3. Saisir la MTV dans les douze mois suivants la réclamation au professionnel.
4. Que le professionnel soit adhérent à la Charte MTV.

RÉCEPTION DU DOSSIER

▶ DÉCLARATION DE NON RECEVABILITÉ

CLÔTURE DU DOSSIER

TRANSMISSION À UN AUTRE ORGANISME

- CEC
- MÉDIATEUR SNCF
- MÉDIATEUR FFSA
- MÉDIATEUR FEVAD
- MÉDIATEUR RATP
- MÉDIATEUR FCA

▶ CONFIRMATION DE RECEVABILITÉ ET SAISINE

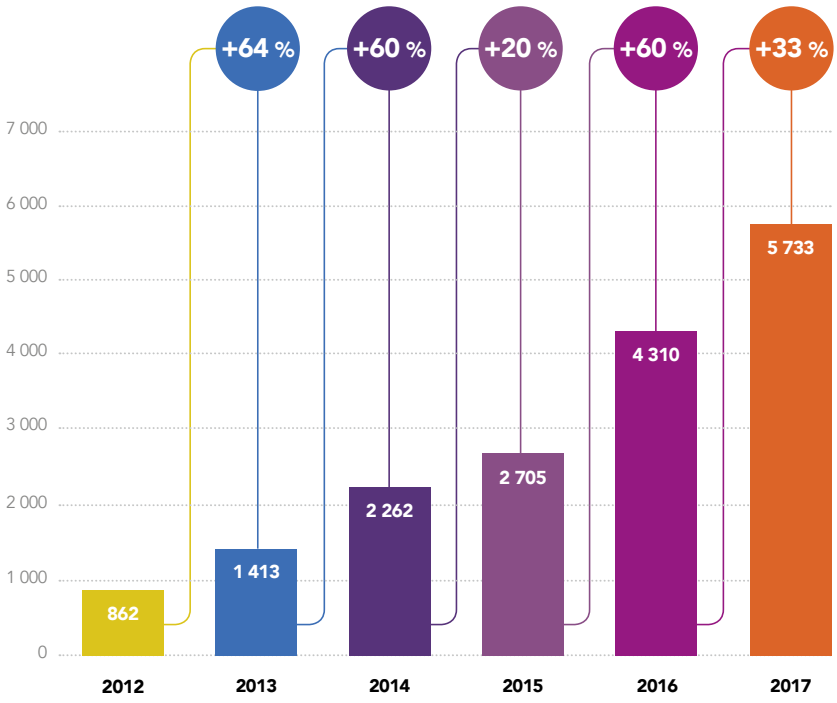
AVIS DU MÉDIATEUR

DANS LES 90 JOURS

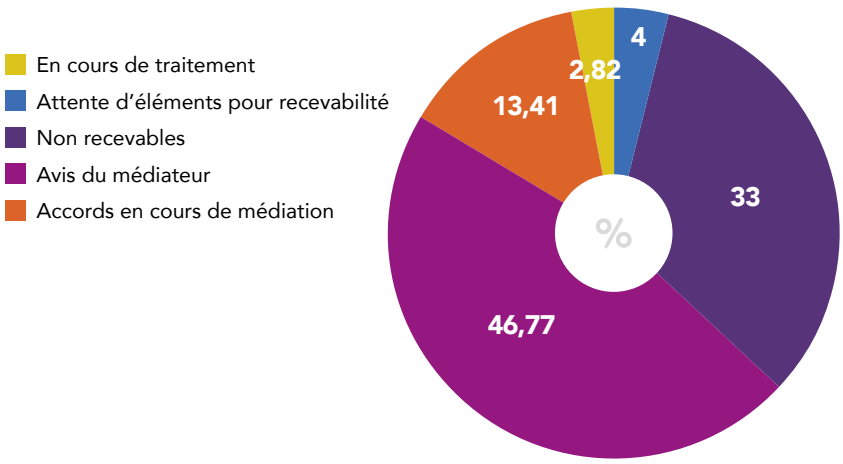
ACCORD EN COURS DE MÉDIATION

MTV EN CHIFFRES

1_ ÉVOLUTION DES DEMANDES DE MÉDIATION



2_ RÉPARTITION DES DOSSIERS TRAITÉS EN 2017



" Voyager sans rencontrer l'autre, ce n'est pas voyager, c'est se déplacer."

Alexandra David Neel

3_ DOSSIERS NON RECEVABLES

Article L612-2 du Code de la Consommation

Un litige ne peut être examiné par le médiateur de la consommation lorsque :

1° Le consommateur ne justifie pas avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat.

2° La demande est manifestement infondée ou abusive.

3° Le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal.

4° Le consommateur a introduit sa demande auprès du médiateur dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel.

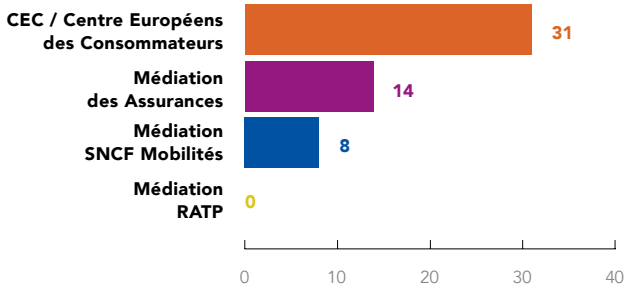
5° Le litige n'entre pas dans son champ de compétence.

Le consommateur est informé par le médiateur, dans un délai de trois semaines à compter de la réception de son dossier, du rejet de sa demande de médiation.

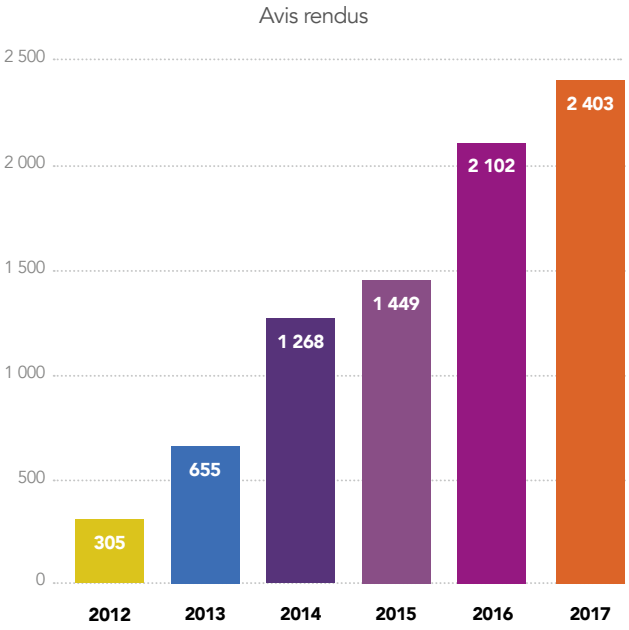
RÉPARTITION DES DOSSIERS JUGÉS NON RECEVABLES

Professionnel non adhérent	51,28 %
Dossiers non complétés	29,57 %
Rétractation du demandeur	9,63 %
Saisine en doublon	5,08 %
Saisine hors délai de 12 mois	2,03 %
Cessation d'activité du professionnel	0,43 %
Dommage corporel	0,43 %
Action judiciaire en cours	0,43 %
Absence de saisine préalable	0,37 %
Non-respect du délai de 60 jours	0,16 %

4_ TRANSMISSIONS VERS DES ENTITÉS PARTENAIRES

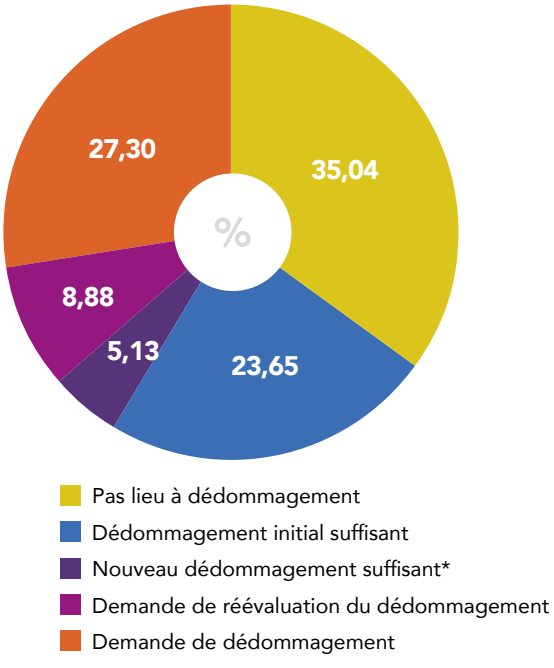


5_ AVIS DU MÉDIATEUR



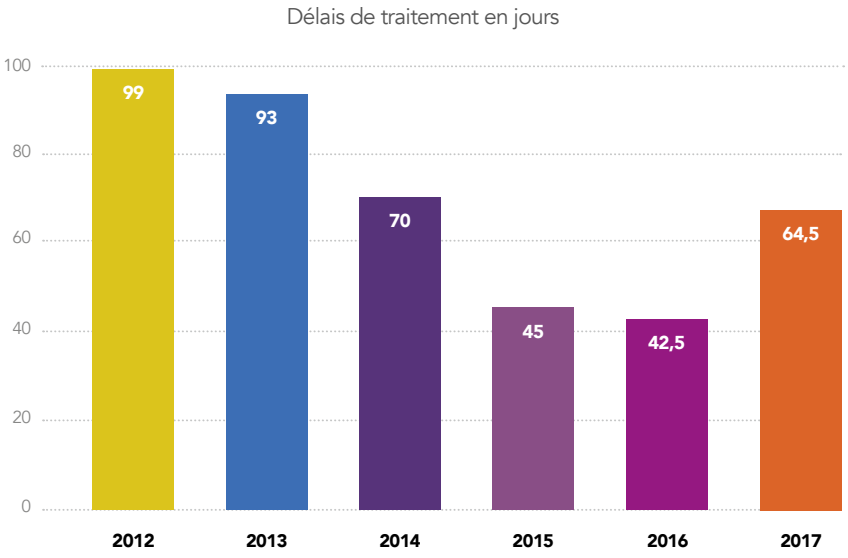
Sur les dossiers de l'année en cours (en effet la MTV produit chaque année, un certain nombre d'avis relatifs à des dossiers de l'année précédente)

TYPE D'AVIS



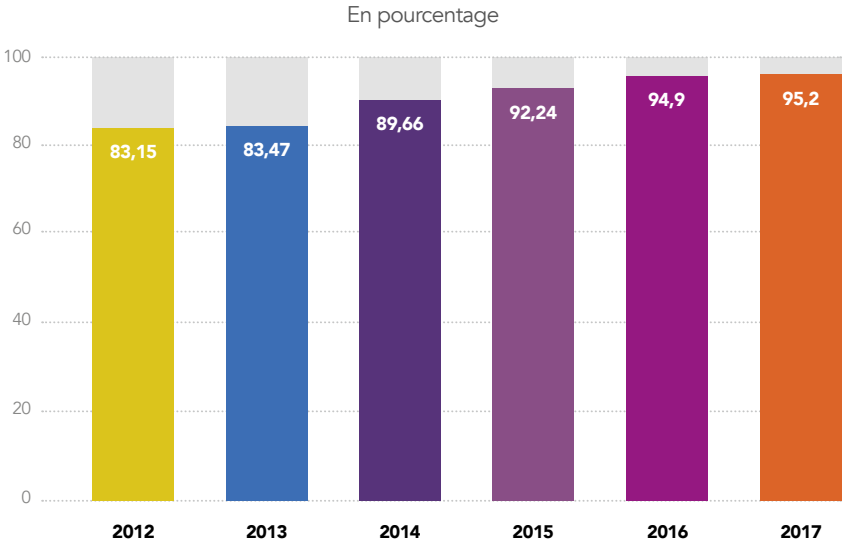
** Dédommagement proposé après la saisine par le Médiateur.*

6_ DÉLAIS DE TRAITEMENT



DÉLAIS DE TRAITEMENT
EN 2017
64,5 jours

7_ TAUX D'ACCEPTATION DES AVIS RENDUS



TAUX D'ACCEPTATION
DES AVIS RENDUS
EN 2017
95,2 %

"L'homme qui veut s'instruire doit lire d'abord, et puis voyager pour rectifier ce qu'il a appris."

Giacomo Casanova

RÉPARTITION TYPOLOGIQUE DES DOSSIERS TRAITÉS

1_ ORIGINE DES DEMANDES DE MÉDIATION

	2016	2017
Consommateur en direct	87,05 %	94,65 %
SAV flights	7,78 %	1,29 %
Association de consommateurs	2,02 %	0,87 %
Protection juridique	1,78 %	1,87 %
Avocat du consommateur	0,44 %	0,46 %
Professionnel	0,44 %	0,56 %
Centre Européen des Consommateurs	0,22 %	0,12 %
Autre médiateur	0,12 %	0,04 %
Conciliateur de justice	0,10 %	0,04 %
Le défenseur des droits	0,02 %	0,00 %
Direction générale de l'aviation civile	0,02 %	0,04 %
Officine juridique	0 %	0,04 %
Comité d'entreprise	0 %	0,02 %

2_ NATURE DE LA PRESTATION ACHETÉE

	2016	2017
Billet d'avion	57,60 %	57,24 %
Forfait touristique classique	30,72 %	25,39 %
Hébergement seul	3,56 %	4,32 %
Croisière	2,26 %	2,77 %
Transport collectif urbain	0,94 %	1,69 %
Transport autocar	0,94 %	1,74 %
Location de voiture	0,85 %	1,06 %
Billets avion + train	0,78 %	0,86 %
Billet d'avion + location de voiture	0,73 %	0,75 %
Billet de train	0,57 %	0,71 %
Prise en charge aéroportuaire	0,35 %	0,37 %
Transport maritime	0,26 %	1,94 %
Coffret cadeau	0,14 %	0,11 %
Entrée parc de loisirs – culturel	0,16 %	0,37 %
Prestation ski	0,05 %	0,09 %
Carte de fidélité	0,05 %	0,09 %
Billet spectacle - événement	0,05 %	0,35 %
Restauration	0 %	0,07 %
Saut en parachute	0 %	0,04 %
Abonnement salle de sport	0 %	0,04 %

3_ CANAL DE VENTE DES PRESTATIONS MISES EN CAUSE

	2016	2017
Internet	72,94 %	69,56 %
Agence physique	20,82 %	21,82 %
Téléphone	4,58 %	6,28 %
Guichet automatique	0,89 %	0,79 %
Comité d'entreprise	0,36 %	1,07 %
Smartphone	0 %	0,26 %
À bord d'un véhicule	0,02 %	0,22 %

Répartition typologique globale des dossiers

TYPE DE GRIEF	2017
Retard/annulation vol	38,24 %
Annulation du contrat	9,50 %
Bagages – effets personnels	9,20 %
Facturation – prix – paiement	8,94 %
Non-respect du contrat	8,54 %
Qualité des prestations	8,03 %
Information – conseil	4,43 %
Retard/annulation (hors aérien)	2,87 %
Formalités administratives	2,26 %
Hébergement non fourni	1,38 %
Verbalisation	1,07 %
Sécurité – catastrophe naturelle	0,94 %
Assurance	0,56 %
Divers	4,06 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	43,87 %
– de 100 €	4,60 %
101 à 250 €	9,57 %
251 à 500 €	11,94 %
501 à 1 000 €	12,67 %
1 001 à 3 000 €	12,23 %
3 001 à 5 000 €	1,96 %
+ de 5 000 €	0,98 %
Autre compensation	2,17 %

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE	2017
FRANCE MÉTROPOLITAINE	24,78 %
ITALIE	5,16 %
ESPAGNE	4,89 %
USA	3,92 %
LA RÉUNION	3,37 %
PORTUGAL	3,02 %
GRÈCE	2,62 %
GUADELOUPE	2,36 %
MAROC	2,29 %
THAÏLANDE	2,07 %

Répartition typologique des dossiers
FORFAIT TOURISTIQUE

TYPE DE GRIEF	2017
Retard/annulation vol	23,91 %
Qualité des prestations	20,15 %
Non-respect du contrat	18,85 %
Annulation du contrat	7,99 %
Facturation – prix – paiement	6,97 %
Information – conseil	6,35 %
Bagages – effets personnels	3,96 %
Hébergement non fourni	3,69 %
Formalités administratives	2,12 %
Sécurité – catastrophe naturelle	1,71 %
Assurance	1,02 %
Retard/annulation (hors aérien)	0,61 %
Verbalisation	0,07 %
Divers	2,60 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	44,53 %
– de 100 €	1,29 %
101 à 250 €	4,47 %
251 à 500 €	10,54 %
501 à 1 000 €	13,32 %
1 001 à 3 000 €	18,49 %
3 001 à 5 000 €	4,17 %
+ de 5 000 €	1,69 %
Autre compensation	1,49 %

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE	2017
ESPAGNE	7,83 %
GRÈCE	7,03 %
ITALIE	6,01 %
FRANCE MÉTROPOLITAINE	4,86 %
RÉPUBLIQUE DOMINICAINE	4,78 %
CUBA	4,49 %
USA	4,49 %
TUNISIE	3,33 %
PORTUGAL	3,26 %
MAROC	3,19 %

Répartition typologique des dossiers
TRANSPORT AÉRIEN

TYPE DE GRIEF	2017
Retard/annulation vol	54,96 %
Bagages – effets personnels	13,02 %
Annulation du contrat	10,06 %
Facturation – prix – paiement	8,10 %
Information – conseil	3,40 %
Non-respect du contrat	2,71 %
Formalités administratives	2,62 %
Qualité des prestations	0,84 %
Sécurité – catastrophe naturelle	0,50 %
Assurance	0,34 %
Divers	3,46 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	43,52 %
– de 100 €	3,38 %
101 à 250 €	10,79 %
251 à 500 €	13,01 %
501 à 1 000 €	13,98 %
1 001 à 3 000 €	11,30 %
3 001 à 5 000 €	1,44 %
+ de 5 000 €	0,51 %
Autre compensation	2,08 %

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE	2017
FRANCE MÉTROPOLITAINE	25,05 %
LA RÉUNION	5,36 %
ITALIE	4,87 %
USA	4,11 %
ESPAGNE	3,94 %
GUADELOUPE	3,46 %
PORTUGAL	3,37 %
MARTINIQUE	2,92 %
ALGÉRIE	2,76 %
MAROC	2,25 %

Répartition typologique des dossiers
TRANSPORT COLLECTIF URBAIN

TYPE DE GRIEF	2017
Verbalisation	54,35 %
Facturation – prix – paiement	19,57 %
Non-respect du contrat	5,43 %
Retard/annulation	4,35 %
Divers	4,35 %
Formalités administratives	4,35 %
Qualité des prestations	3,26 %
Information – conseil	1,09 %
Sécurité – catastrophe naturelle	1,09 %
Bagages – effets personnels	1,09 %
Annulation du contrat	1,09 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	35,71 %
– de 100 €	39,29 %
101 à 250 €	12,50 %
251 à 500 €	3,57 %
501 à 1 000 €	1,79 %
Autre compensation	7,14 %

Répartition typologique des dossiers
TRANSPORT PAR AUTOCAR

TYPE DE GRIEF	2017
Retard/annulation	32,64 %
Bagages – effets personnels	13,68 %
Non-respect du contrat	13,68 %
Divers	9,47 %
Qualité des prestations	6,32 %
Information – conseil	6,32 %
Facturation – prix – paiement	6,32 %
Annulation du contrat	5,26 %
Verbalisation	5,26 %
Sécurité – catastrophe naturelle	1,05 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	42,86 %
– de 100 €	23,38 %
101 à 250 €	14,29 %
251 à 500 €	7,79 %
501 à 1 000 €	2,60 %
1 001 à 3 000 €	5,19 %
+ de 5 000 €	1,30 %
Autre compensation	2,60 %

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE	2017
FRANCE MÉTROPOLITAINE	70,97 %
BELGIQUE	6,45 %
GRANDE BRETAGNE	4,31 %
SUISSE	3,23 %
ESPAGNE	3,23 %
PAYS-BAS	2,16 %
PORTUGAL	2,15 %
ITALIE	2,15 %
ALLEMAGNE	2,15 %
TAHITI	1,08 %

Répartition typologique des dossiers
TRANSPORT MARITIME

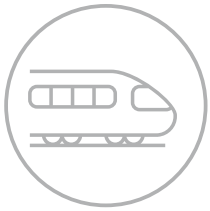
TYPE DE GRIEF	2017
Retard/annulation	74,53 %
Annulation du contrat	8,49 %
Facturation – prix – paiement	4,72 %
Non-respect du contrat	4,72 %
Divers	3,77 %
Qualité des prestations	2,83 %
Information – conseil	0,94 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	57,84 %
– de 100 €	7,84 %
101 à 250 €	18,63 %
251 à 500 €	8,82 %
501 à 1 000 €	5,88 %
Autre compensation	0,98 %

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE	2017
FRANCE MÉTROPOLITAINE[4]	71,96 %
SARDAIGNE	5,61 %
ALGÉRIE	5,60 %
ITALIE	3,74 %
MÉDITERRANÉE	3,73 %
MAROC	2,80 %
CARAÏBES	1,87 %
TUNISIE	1,87 %
SICILE	0,93 %
GRÈCE	0,93 %

4/ Dont Corse

Répartition typologique des dossiers
TRANSPORT FERROVIAIRE[5]



TYPE DE GRIEF	2017
Retard/annulation	52,78 %
Facturation – prix – paiement	11.11 %
Non-respect du contrat	11,11 %
Divers	8,33 %
Verbalisation	5,56 %
Information – conseil	2,78 %
Bagages – effets personnels	2,78 %
Sécurité – catastrophe naturelle	2,78 %
Assurance	2,78 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	38,46 %
– de 100 €	7,69 %
101 à 250 €	3,85 %
251 à 500 €	15,38 %
501 à 1 000 €	11,54 %
1 001 à 3 000 €	11,54 %
3 001 à 5 000 €	3,85 %
Autre compensation	7,69 %

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE	2017
FRANCE MÉTROPOLITAINE	82,14 %
ITALIE	10,71 %
ANGLETERRE	3,57 %
ESPAGNE	3,57 %

5/ Hors compétence SNCF / RATP

Répartition typologique des dossiers
HÉBERGEMENT

TYPE DE GRIEF	2017
Qualité des prestations	26,94 %
Facturation – prix – paiement	19,04 %
Annulation du contrat	17,41 %
Non-respect du contrat	9,80 %
Hébergement non fourni	9,39 %
Information – conseil	7,76 %
Autre	6,12 %
Formalités administratives	1,63 %
Bagages – effets personnels	1,22 %
Sécurité – catastrophe naturelle	0,82 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	47,85 %
– de 100 €	11,66 %
101 à 250 €	10,43 %
251 à 500 €	9,20 %
501 à 1 000 €	7,98 %
1 001 à 3 000 €	7,36 %
+ de 5 000 €	1,23 %
Autre compensation	4,29 %

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE	2017
FRANCE MÉTROPOLITAINE	63,32 %
ESPAGNE	6,11 %
ITALIE	5,68 %
PORTUGAL	2,18 %
USA	2,18 %
MAROC	2,18 %
GRANDE BRETAGNE	1,74 %
JAPON	0,87 %
ANDORRE	0,87 %
SUISSE	0,87 %

Répartition typologique des dossiers
PRESTATION DE SKI

TYPE DE GRIEF	2017
Information – conseil	40 %
Annulation du contrat	20 %
Non-respect du contrat	20 %
Qualité des prestations	20 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
– de 100 €	25 %
251 € à 500 €	50 %
1 001 à 3 000 €	25 %

Répartition typologique des dossiers
LOCATION DE VOITURE

TYPE DE GRIEF	2017
Non-respect du contrat	38,60 %
Facturation – prix – paiement	33,33 %
Annulation du contrat	8,77 %
Autre	7,02 %
Information – conseil	5,26 %
Formalités administratives	5,26 %
Qualité des prestations	1,75 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	28,95 %
101 à 250 €	23,68 %
251 à 500 €	31,58 %
501 à 1 000 €	10,53 %
1 001 à 3 000 €	5,26 %

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE	2017
FRANCE MÉTROPOLITAINE	20,37 %
USA	14,81 %
ESPAGNE	11,11 %
ITALIE	9,26 %
ÉCOSSE	5,56 %
GRÈCE	5,56 %
CRÊTE	3,70 %
CANARIES	3,70 %
MAROC	3,70 %

Répartition typologique des dossiers
PARC DE LOISIRS

TYPE DE GRIEF	2017
Qualité des prestations	38,89 %
Facturation – prix – paiement	16,67 %
Autre	16,67 %
Annulation du contrat	11,12 %
Sécurité – catastrophe naturelle	11,11 %
Bagages – effets personnels	5,56 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	69,23 %
– de 100 €	7,69 %
101 à 250 €	7,69 %
251 à 500 €	7,69 %
Autre compensation	7,69 %

Répartition typologique des dossiers
SERVICE AÉROPORTUAIRE

TYPE DE GRIEF	2017
Bagages – Effets personnels	20 %
Annulation du contrat	16 %
Information – Conseil	12 %
Retard/annulation vol	8 %
Facturation – prix – paiement	8 %
Sécurité – catastrophe naturelle	4 %
Assurance	4 %
Divers	28 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	42,11 %
– de 100 €	15,79 %
101 à 250 €	10,53 %
500 à 1 000 €	10,53 %
3 000 à 5 000 €	5,26 %
Autre compensation	10,53 %

Répartition typologique des dossiers
BILLETTERIE SPECTACLE

TYPE DE GRIEF	2017
Annulation du contrat	26,32 %
Non-respect du contrat	21,05 %
Qualité des prestations	21,05 %
Facturation – prix – paiement	10,53 %
Information – conseil	10,53 %
Autre	10,53 %

MONTANT DE LA DEMANDE	2017
Non chiffré	25 %
- de 100 €	6,25 %
101 à 250 €	43,75 %
501 à 1000 €	6,25 %
1 001 à 3000 €	6,25 %
Autre compensation	12,50 %

"La première égalité, c'est l'équité."

Victor Hugo

NOUVEAUTÉ 2017 : CRÉATION DU RÉSEAU TRAVEL-NET

À Berlin pour le lancement de Travel-Net les médiateurs allemands (à droite) Edgar Iserman, du SÖP, et à gauche Jean-Pierre Teyssier, de MTV

Le 10 novembre 2017 s'est tenu à Berlin une réunion à l'initiative de la Commission européenne et de la médiation allemande du transport (SÖP) pour lancer *« Travel-Net »*, réseau européen de médiateurs et d'entités de résolution extrajudiciaire des litiges avec les consommateurs dans le domaine du transport et du voyage. Onze organismes de l'Union européenne, compétents au sens de la directive de 2013 sur le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation (REL) étaient présents, dont MTV.

Les représentants de la Commission ont rappelé l'article 16 de cette directive, qui lui demande, ainsi qu'aux États membres, de veiller à ce que les entités de REL coopèrent entre elles avec deux objectifs : régler les litiges transfrontaliers et échanger leurs bonnes pratiques. Il a donc été décidé de créer ensemble un réseau européen d'organismes REL compétents en matière de transport et de voyage, sur le modèle du réseau FIN-Net existant depuis dix ans en matière financière (médiateurs banques et assurance).

Pour MTV, *« Travel-Net »* permettra de connaître l'entité à qui transmettre une plainte sur un litige transfrontalier : l'ordonnance de 2015 oblige MTV dans de tels cas à orienter le consommateur vers l'entité compétente d'un autre État (article L616-3 du Code de la Consommation). Une prochaine réunion a été programmée à Vienne en 2018.

EXEMPLES DE DOSSIERS TRAITÉS

Annulation d'une prestation par le client suite à un attentat

Faits et demande

Mme S a réservé deux places pour le concert « *Hit Parade* » au Zénith d'Orléans le 21 avril 2017 pour ses parents. Cependant, suite à l'attentat survenu la veille sur les Champs-Élysées, ces derniers ont décidé de ne pas se rendre au concert.
La cliente demande donc le remboursement de la réservation.

Problématique

La survenance d'un attentat constitue-t-elle un motif d'annulation sans frais d'une réservation ?

Avis du Médiateur

En l'espèce, le Médiateur a considéré que les évènements s'étant déroulés ailleurs et la veille du concert ne constituaient pas un motif d'annulation sans frais de la prestation et qu'il y avait donc lieu d'appliquer les conditions tarifaires du billet. Or, les billets achetés par Mme S étaient non remboursables. En outre, cette dernière n'avait pas souscrit l'assurance-annulation proposée au cours de la réservation.
Le Médiateur a donc estimé qu'il n'y avait pas lieu au remboursement de la prestation.

Défaut d'information sur le type de carte de paiement exigé

Faits et demande

Mme B a loué un véhicule à Istanbul du 11 au 26 juillet 2017 par l'intermédiaire d'une agence. Or, sur place, le loueur a refusé de lui remettre le véhicule au motif que sa carte bancaire était une carte « *de débit* » et non « *de crédit* » comme exigé par ce dernier.
Elle reproche donc à l'agence un défaut de conseil et demande le remboursement de sa réservation.

Problématique

Quelle est l'étendue de l'obligation d'information incombant au professionnel dans le cadre d'une prestation sèche ?

Avis du Médiateur

Les conditions générales de vente du prestataire prévoient que le véhicule sera remis au client uniquement sur présentation d'une « *carte de crédit internationale au même nom et prénom que le conducteur principal disposant d'un plafond suffisant pour couvrir le règlement de la franchise en cas de dommage/vol du véhicule de location* ». En outre, il y est précisé que « *seules les cartes de crédit sont acceptées. Les cartes de débit ou prépayées ne peuvent pas être utilisées pour le paiement de la caution* ». En l'espèce, le Médiateur a pu constater que le professionnel avait correctement rempli son obligation d'information à l'égard de l'acheteur, en lui délivrant l'ensemble des informations relatives aux conditions de retrait du véhicule. Par conséquent, il a estimé qu'il n'y avait pas lieu au remboursement intégral de la réservation. Néanmoins, il a reconnu que la formulation utilisée pouvait porter à confusion pour un consommateur français car le terme de carte « *de crédit* » est utilisé en France de façon générique pour désigner tous les types de cartes bancaires, sans distinction. Il a donc préconisé à l'agence d'accorder à sa cliente un avoir de 100 € sur une prochaine réservation et de préciser ses conditions générales de vente afin d'alerter plus explicitement les consommateurs français.

Mauvaise exécution d'une croisière

Faits et demande

M. et Mme K. ont réservé une croisière sur le Danube auprès d'une agence de voyages.
Or, ce voyage a été perturbé par la modification du parcours.
En effet, celui-ci a été effectué pour partie en autocar, et sa destination finale (le delta du Danube) n'a pas été atteinte.
Les consommateurs souhaitent donc obtenir une indemnisation en numéraire.

Problématique

L'agence peut-elle être tenue responsable de l'inexécution et de la modification d'une partie substantielle des prestations et les consommateurs peuvent-ils obtenir un dédommagement ?

Avis du Médiateur

L'article L211-16 du Code du Tourisme prévoit que si l'agence « *est responsable de plein droit à l'égard de l'acheteur de la bonne exécution des obligations résultant du contrat* », elle peut cependant « *s'exonérer de tout ou partie de sa responsabilité en apportant la preuve que l'inexécution ou la mauvaise exécution du contrat est imputable […] à un cas de force majeure* », dont le caractère imprévisible s'apprécie au jour de la signature du contrat (arrêt de la Cour de Cassation du 14/04/2006).
En l'espèce, le delta du Danube n'a pas pu être atteint en raison du niveau du fleuve et d'un incident sur un barrage. Aussi, une prestation de remplacement a été fournie, consistant en un acheminement en bus pour effectuer les visites, et à des hébergements hôteliers.
Au vu de ces éléments, le Médiateur a estimé que les causes de l'interruption et de la modification de la croisière, l'arrêt du trafic fluvial et le niveau du Danube, sont des faits extérieurs au prestataire ; que leur survenance à cette étape de la croisière était imprévisible

au jour de la signature du contrat ; et que leur gravité présentait un caractère insurmontable puisque le transport en bateau ne pouvait pas être réalisé.
Par conséquent, la survenance de ces évènements présentant les caractères de la force majeure, le Médiateur a considéré que l'agence de voyages pouvait s'exonérer de sa responsabilité quant à l'inexécution et la modification d'une partie de la croisière fluviale.
De la sorte, il a estimé que le geste commercial proposé par l'agence (un dédommagement en numéraire inférieur à celui souhaité par les consommateurs) était suffisant pour régler ce litige de manière amiable.

Retard de transport aérien et de livraison de bagages

Faits et demande

Un client a acheté un voyage à forfait pour la Bolivie comprenant des billets d'avion, avec des escales aux États-Unis. Le premier tronçon du vol aller a subi un retard en raison d'un orage et lui a notamment fait manquer sa correspondance et donc des jours de vacances ; mais le client se plaint surtout d'un retard de livraison de son bagage pendant 5 jours, lui imposant d'engager des frais importants de première nécessité, dont il demande le remboursement total.

Problématique

Le passager d'un vol retardé pour cause météo, est-il en droit d'obtenir du vendeur un dédommagement des prestations non consommées et le remboursement de l'intégralité des frais engagés (sur ce point voir également la *« problématique juridique de l'année »*) ?

Avis du Médiateur

Concernant la *« perte de séjour »*, le Médiateur, s'est fondé sur l'article L.211-16 du Code du Tourisme, qui prévoit une exonération de responsabilité du vendeur en cas d'impossibilité de fournir des prestations contractuellement prévues pour cause de force majeure. Il a donc considéré que les conditions météorologiques à l'origine du préjudice n'ouvraient pas droit à indemnisation pour le client.
Concernant les frais engagés pendant l'attente de livraison du bagage, le Médiateur a tout d'abord décidé que le passager victime de ce genre d'avarie, devait se voir, par principe, indemnisé.
Il a néanmoins décidé que cette indemnisation devait être calculée sur une base de remboursement *« raisonnable »* et non pas automatiquement sur les factures d'achats fournies par le client, *a fortiori* lorsque celles-ci ne paraissent pas justifiées dans le principe ou dans leur montant.

Par conséquent, au vu des éléments de droit et de faits de ce dossier, le Médiateur a décidé de demander un remboursement à hauteur de 50 % des montants engagés.
Ce raisonnement a obtenu l'agrément du client et du professionnel, qui ont tous deux accepté la solution amiable proposée.

Annulation d'un séjour par le client suite à son raccourcissement

Faits et demande :

Des clients ont réservé un séjour en Namibie auprès d'une agence de voyages et d'un tour-opérateur.
Le jour du départ, le vol a été annulé en raison de conditions météorologiques défavorables.
Un premier vol de remplacement leur a été proposé, annulé suite à un problème technique.
Un second vol de remplacement leur a été proposé, mais les clients n'ont pas pu l'accepter car il comportait une escale à Luanda, destination qui nécessite que les passagers soient vaccinés contre la fièvre jaune, ce qui n'était pas le cas des clients.
Ils ont finalement dû renoncer au séjour dont ils avaient manqué une grande partie, et ont été réacheminés à leur point de départ.
Ils ont demandé le remboursement de leur séjour.

Problématique

S'agit-il de la modification d'un élément essentiel du séjour ? Quelles obligations s'appliquent au vendeur en cas de modification d'un élément essentiel ?

Avis du Médiateur

Cette situation correspond à une modification d'un élément d'une part prépondérante du séjour après départ, régie par l'article R.211-11 du code du Tourisme.
Cet article prévoit que *« lorsque, après le départ de l'acheteur, le vendeur se trouve dans l'impossibilité de fournir une part prépondérante des services prévus au contrat représentant un pourcentage non négligeable du prix honoré par l'acheteur, le vendeur doit immédiatement prendre les dispositions suivantes sans préjuger des recours en réparation pour dommages éventuellement subis :*
S'il ne peut proposer aucune prestation de remplacement ou si celles-ci sont refusées par l'acheteur pour des motifs valables, fournir à l'acheteur, sans supplément de prix, des titres de transport pour assurer son retour dans des conditions pouvant être jugées équivalentes vers le lieu de départ ou vers un autre lieu accepté par les deux parties ».
Or, en l'espèce, le Médiateur a considéré que les clients n'avaient pas reçu de propositions de vol de remplacement efficaces, et que par conséquent leur refus de poursuivre le séjour était valable et légitime.
Au vu de ces éléments, et conformément à l'esprit de l'article précité, le Médiateur a estimé que le vendeur était tenu d'accorder aux clients le remboursement de la partie terrestre de leur séjour, dans la mesure où la compagnie aérienne a accepté de leur rembourser les billets aller/retour non consommés.

LES CONSEILS UTILES AUX VOYAGEURS

Faire explicitement état de ses « *particularités* »

Il n'est pas rare d'avoir à traiter des dossiers concernant la non-adéquation de la prestation avec une « *spécificité* » du client. Que cette spécificité soit d'ordre physique (mobilité réduite), administrative (nationalité) ou plus subjective (attente particulière quant à la présence d'une prestation), l'absence d'information du professionnel est souvent vécue comme un manquement grave par le client.

Si ces derniers sont effectivement soumis à une obligation générale d'information et de conseil, cette obligation ne peut, en toute logique, pas aller jusqu'à connaître des éléments de faits, particuliers au client et que ce dernier n'a pas mentionné.

Aussi, il est indispensable d'informer le professionnel de tout élément propre à l'acheteur et qui pourrait nécessiter une information, précaution, réservation spécifique de la part du vendeur.

Même au cas où il n'incomberait pas au professionnel de transmettre une information individualisée au client (exemple : formalités de franchissement des frontières pour les ressortissants étrangers), il devrait néanmoins l'informer sur les modalités lui permettant de l'obtenir.

Se prémunir contre la défaillance financière de son agence de voyages

Malgré un certain nombre de campagnes d'information en la matière, les consommateurs restent très mal informés des risques liés à l'achat d'un voyage directement auprès d'un prestataire en dehors de l'Union Européenne.

En effet, le Code du Tourisme prévoit que les opérateurs de voyages établis en France (immatriculés au Registre Atout France), ont notamment l'obligation de présenter une garantie financière. Cette garantie permet à un consommateur, qui, entre l'achat de voyage à forfait et le départ, subit la faillite du vendeur d'être remboursé des sommes versées (voir que son voyage voit maintenu si la prise en charge est faite « *en service** »).

Cette garantie n'existera pas si la prestation est achetée directement auprès d'un réceptif à l'étranger, pas plus que la possibilité de se retourner contre le vendeur en cas de manquement d'un des prestataires.

** C'est le cas lorsque l'agence est garantie par l'APST notamment.*

Consulter le registre des immatriculations Atout France :
www.registre-operateurs-de-voyages.atout-france.fr

Inscription sur la plateforme « *Ariane* » pour les voyages à l'étranger

En ces périodes de troubles géopolitiques et climatiques, le dispositif « *Ariane* » mis en place par le Ministère des Affaires Étrangères, permet aux voyageurs, qui s'y sont inscrits avant un voyage à l'étranger, de :

- Recevoir des recommandations de sécurité par courriel ou sms, si la situation dans le pays le justifie.
- D'être contacté en cas de crise dans le pays de destination.
- De voir la « *personne contact* » désignée, être contactée également en cas de besoin.

Adresse du site Ariane :
www.pastel.diplomatie.gouv.fr/fildariane

Rappel sur la valeur du « *double-clic* »

Aujourd'hui, un certain nombre de consommateurs n'ont pas conscience que le « *double-clic* » lors d'un achat en ligne, équivaut à un engagement contractuel explicite de leur part.

Cet engagement à d'autant plus de valeur en matière de « *tourisme* », que la transaction dans ce secteur, **n'ouvre pas droit au délai de rétractation** prévu par le Code de la Consommation.

Pour rappel :
- le 1er clic permet de valider la commande,
- le 2d clic permet de confirmer définitivement la commande après l'avoir vérifiée.

N.B. *: entre les deux clics, le professionnel doit mettre le consommateur en mesure de corriger sa commande.*

COURRIERS DE CONSOMMATEURS

DES PERLES DE VOYAGEURS

- **Suite à une perte de bagage sur un court courrier la liste des remboursements contient notamment :** *« iPad Air, Sac à main cuir noir Lancel, bague Cartier, bague, casque audio, iPhone 64G, montre de marque… »*

- *« Je précise que le comportement de ces jeunes, se baladant sans cesse à moitié nus dans l'hôtel, et buvant sans cesse de l'alcool, rendait notre séjour horrible. »* **Réclamation d'un client de… 18 ans.**

- **Suite à un retard de livraison de valise, les clients nous rapportent que** *« nous sommes restés une semaine entière sans valise, j'ai passé une semaine en soutien-gorge et CULOTTE EN PAPIER sur la plage, aucun bain possible, constamment allongée avec une serviette pour cacher cette affreuse culotte… quant à mon compagnon il a dû porter un tee-shirt du croisiériste (jusqu'à ce que nous puissions acheter une chemisette à terre), il était souvent interpellé par les passagers qui lui demandaient des informations… nous étions passagers et pas employés du bateau. »*

- **Demande de dédommagement car :** *« Lorsque ma femme a voulu aller se servir de la viande, le cuisinier serveur a tenté de racoler ma femme en lui proposant son numéro de téléphone écrit sur une serviette en papier. »*

- **Un consommateur se plaint d'un vol d'argent liquide, qui aurait été** *« confirmé par la femme de ménage qui nous a dit les avoir pris pour pourboire, suite à ses faibles revenus. »*

- *« L'hôtel ne se contenta pas de nous accuser de vol. Fort de son statut de juge et partie, il nous condamna. Nous fûmes privées des serviettes de toilette pour le restant de notre séjour. »*

- **Suite au voyage en soute de son animal de compagnie, un client demande** *« la réparation du préjudice moral subi par mon chien. »*

- *« Sandwichs préparés le matin et restés en plein soleil dans l'aluminium jusqu'en début d'après-midi… poulet mayonnaise… nous avons épuisé nos réserves de SMECTA le lendemain matin. »*

- *« Le bus est passé à 18h22, donc avec 3 minutes d'avance ! Par conséquent, je souhaite donc obtenir le remboursement de 6 mois d'abonnement et demande réparation du préjudice subi. »*

- **Lors d'une croisière sur une mer agitée, le client nous rapporte que** *« on a voulu passer le temps et ne sachant quoi faire, l'on s'est donc précipité au Casino de la croisière. Mal m'en a pris puisque, j'ai joué 5 500 euros, sans avoir en retour un gain quelconque. Bien que vous puissiez me dire que personne ne m'a forcé à jouer en compagnie de mon épouse, c'est vrai… cependant, il y a ce côté mafieux de la société qui m'indispose énormément. Pour moi c'est une arnaque, compte tenu que cette société ne respecte pas la réglementation pour les jeux d'argent en France, qui restitue en moyenne 80 % des sommes jouées dans les machines à sous. Compte tenu de ce qui précède, j'arrête définitivement de faire d'autres croisières, si une solution juste ne m'est pas proposée. »*

- **Un client se plaignant de son hôtel en Espagne *« où les gens ne parlent pas français »* :** *« Dans l'hôtel, seulement 3 Français, dont 2 ne voulaient pas être importunés et le 3e était un moulin à paroles… »* **du coup** *« quatre jours sans parler à quiconque pour quelqu'un qui devait se changer les idées… c'est gagné. »*

DES CONSOMMATEURS SATISFAITS

- *« Un grand merci pour votre intervention qui a permis de débloquer aussi rapidement la situation dans laquelle nous étions « enlisés » depuis le mois d'août 2016. Nous avons découvert par hasard le service Médiation Tourisme et Voyage et nous sommes impressionnés par votre efficacité et votre engagement ».*

- *« Avec mes remerciements les plus chaleureux pour votre efficacité ».*

- *« Je vous remercie infiniment pour cette issue qui n'est que la suite logique du préjudice que nous avons subi, mais sincèrement je doutais assez fortement avoir ce résultat, donc merci beaucoup pour celui-ci ».*

- *« Je vous remercie pour votre aide précieuse que j'accepte avec plaisir. »*

- *« Nous vous remercions vivement de nous avoir permis de débloquer et de régler notre retour de vacances de la Guadeloupe. »*

- *« Je vous remercie pour votre intervention qui aura eu pour effet un dénouement qui me convient. »*

- *« Encore merci pour la rapidité et a qualité de votre intervention. »*

- *« Nous en sommes très satisfaits et vous remercions infiniment du travail mené par l'équipe de Médiation Tourisme et Voyage. Nous ne pouvons que vous recommander et mettre en avant votre efficacité. »*

- *« Quelle excellente nouvelle ! Un immense merci pour votre action sur mon dossier, et d'avoir permis cette issue positive. »*

- *« Bonjour à tout le service, un grand merci pour votre aide. Vous faites du bon boulot. »*

COMMUNICATION 2017

MTV DANS LES MÉDIAS

Air Journal

Air Madagascar rejoint la Médiation Tourisme et Voyage

Publié le 22 juillet 2017 à 14h00 par Thierry Blanmont dans Actualité, Info pratique, Voyages d'affaires - 0 commentaires

La compagnie **Air Madagascar** a annoncé qu'elle a rejoint le dispositif de la **Médiation Tourisme et Voyage**.

La Médiation du tourisme et du voyage a pour but de favoriser le **règlement amiable des litiges** qui peuvent survenir entre les clients et les fournisseurs de services de transport aérien, transports urbains et routiers, transport maritime, hébergement, prise en charge aéroportuaire, voyage et tourisme, restauration et loisirs, signataires de la Charte de la Médiation du Tourisme et du Voyage, et singulièrement par leurs associations. Indépendant et impartial, le Médiateur du Voyage et du Tourisme est chargé de rapprocher les points de vue pour ouvrir la voie à une solution amiable et éviter ainsi de recourir à un tribunal.

« Nous sommes particulièrement heureux de rejoindre le dispositif de la Médiation Tourisme et Voyage qui a notamment pour vocation de fluidifier les rapports entre consommateurs et professionnels du voyage et qui offre une possibilité supplémentaire de traitement à l'amiable des litiges. Cette décision s'inscrit clairement dans la volonté d'Air Madagascar de proposer à l'ensemble de ses clients l'expérience de voyage la meilleure et la plus simple possible », a commenté Tony Randzavola, délégué régional Europe d'Air Madagascar.

JDN

e-Commerçants, quel médiateur choisir pour régler vos litiges clients ?

Quentin Ebrard
JDN
Mis à jour le 01/08/17 14:38

Depuis janvier 2016, les sites marchands doivent proposer un service de médiation tiers chargé de résoudre les litiges clients à l'amiable. Voici qui ils sont et ce qu'ils proposent.

Depuis janvier 2016 en France, les entreprises doivent désigner un médiateur. Certifié par la DGCCRF, ce tiers neutre peut être saisi par un client en litige avec un site marchand. Après un premier refus du service après-vente mais avant un procès, le médiateur cherche alors un accord entre les deux parties. Gratuit pour les consommateurs, le prix de ce service pèse uniquement sur les pros. Ci-dessous, un tableau des services de médiation proposés par les fédérations le retail. Les données ont été fournies par ces dernières.

L'ECHO touristique

Billets d'avion : un sursis pour les frais cachés

Les sites de réservation de billets d'avion disposent de quelques mois supplémentaires pour devenir transparents dans leur affichage. Ainsi en a décidé le Conseil d'Etat.

En 2016, les chiffres de la médiation du tourisme et voyage étaient sans appel : **57, 60% des dossiers traités concernaient des billets d'avion, et 72, 94% avaient été vendus sur Internet.** Prix qui grimpent au dernier moment, frais supplémentaires masqués, information partielle sur les taxes. Au moment de payer la facture peut s'avérer plus salée que prévu.

L'ECHO touristique

Médiation : les réservations en ligne sont au coeur des litiges

Le nombre de demandes de médiation a explosé en 2016, à commencer par celles liées à l'achat d'un billet d'avion. Le canal Internet est le premier en cause, loin devant les agences traditionnelles.

En 2016, le nombre de demandes de médiation a encore augmenté de manière significative (+59% à 4 310). Deux facteurs peuvent l'expliquer, a expliqué le 16 mars Jean-Pierre Teyssier, le médiateur du tourisme et du voyage, lors du Salon mondial du tourisme.

La première raison invoquée, c'est le le nombre "toujours plus important de membres de la Médiation tourisme voyage (MTV)". Avec Domaine Skiable de France, Tickotnot, l'APST ou encore Smartbox, l'association compte désormais **88 000 entreprises du secteur dans ses rangs.**

Sur le même sujet
Litiges : la médiation Tourisme et Voyage

Partager Voici en un clin d'œil ...

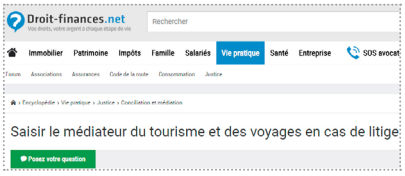
CONCRÊTEMENT...

Les médiateurs, un rôle pédagogique

Témoignage de Khalid El Wardi, secrétaire général de la médiation Tourisme et Voyage.

La médiation a ceci de spécifique que les dossiers sont traités en droit, certes, mais aussi en équité. Il peut y avoir des discussions sur la manière d'appliquer l'équité : est-ce que ça ne s'applique qu'au consommateur, ou aussi au professionnel ? La médiation Tourisme et voyage est encore plus spécifique : nous pouvons avoir dans un même dossier plusieurs parties mises en cause, le consommateur en tant que partie et, en face de lui, dans le cadre d'un forfait touristique par exemple, une agence de voyage, un tour opérateur et une compagnie aérienne... Nous essayons d'avoir un rôle pédagogique auprès des associations de consommateurs. Pendant le litige, nous insistons d'abord à ce que le consommateur fasse sa réclamation préalable auprès du professionnel, étape obligatoire.

Livre
Les rapports annuels des médiateurs
Chaque médiateur a son propre rapport annuel disponible sur internet, qui est une mine d'informations sur le secteur d'activité qui nous intéresse.


Droit-finances.net

Saisir le médiateur du tourisme et des voyages en cas de litige

Le FIGARO.fr Particulier

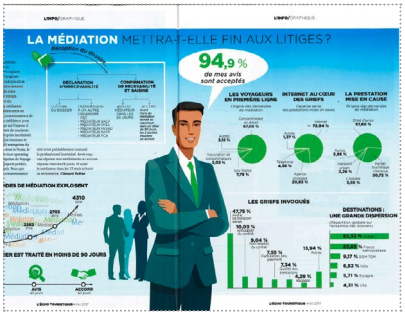
Le médiateur du tourisme résout gratuitement les litiges liés aux vacances

10/07/17 à 00:50 par ALEXANDRE (Stéphanie)
Mis à jour le 20/07/17 à 18:00

Pour résoudre un litige avec une agence de voyage, une compagnie aérienne ou un hôtel, il est possible de saisir gratuitement le médiateur du tourisme et des voyages, plutôt que de se tourner vers la justice. Dans près de 95 % des cas, son avis est suivi et les clients comme les professionnels sont satisfaits.

En cas de problème avec un tour-opérateur ou une compagnie aérienne, les voyageurs peuvent saisir gratuitement les services du **médiateur du tourisme** et des voyages (MTV), pour tenter de résoudre à l'amiable leur litige. En 2016, les demandes de médiation enregistrées ont augmenté de près de 60 % par rapport à l'année précédente, et plus de 94% des avis émis ont été acceptés par les parties en cause. Comme l'explique Jean-Pierre Teyssier, médiateur national, cette forte hausse s'explique notamment "par la possibilité offerte désormais au consommateur de nous saisir par la voie électronique".

Saisir le médiateur par courrier ou par mail


LA MÉDIATION METTRA-T-ELLE FIN AUX LITIGES ?

94,9 % de mes avis sont acceptés

DOSSIER FAMILIAL

ACCUEIL | NEWSLETTER | SE CONNECTER

Que faire à votre retour ?

Essayez d'abord d'obtenir une **compensation** à l'amiable en envoyant à l'agence de voyage un dossier complet par lettre recommandée avec accusé de réception. Dans votre courrier, exposez clairement le **litige**, chiffrez le **préjudice matériel** (décompte des frais d'hôtel, des repas, des transports à rembourser avec pièces justificatives si possible) et le **préjudice moral (vacances gâchées)** en apportant des preuves. Les modalités de réclamation, notamment les délais, doivent figurer dans votre contrat.

En cas d'absence de réponse ou de réponse négative, saisissez le Médiateur tourisme voyage . Vous devez télécharger le formulaire disponible sur le site, le compléter avec les pièces demandées et l'envoyer à l'adresse suivante : MTV Médiation tourisme voyage BP 80 303 75 823 Paris Cedex 17.

Le Quotidien du Tourisme.com

Profession

« L'animateur, il s'occupe de ses conquêtes féminines... » La Médiation du tourisme livre les perles de clients !

Le Quotidien du Tourisme.com

Profession

Demande de médiation : la part des réclamations relatives à une avarie de transport augmente

La Médiation Tourisme et Voyage

Le Quotidien du Tourisme.com

Distribution

La grande Maison du Tourisme ouvre ses portes à Paris le 18 octobre prochain

L'Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme, Les Entreprises du Voyage, La Médiation Tourisme et Voyages, TravelPro Formations, L'IFT – Institut Français du tourisme et Tourisme & Territoires organisent une journée Portes Ouvertes pour leurs adhérents le 18 octobre de 9h00 à 20h00 au 15, avenue Carnot (Paris 17ème).

TendanceHotellerie.fr
where hoteliers feel at home

Accueil Agenda Articles Annuaire Emploi Startups Écoles

Communiqué : Rapport annuel 2016 du Médiateur

17 mars 2017 à 07h08min par TH -

0 vote
(note moyenne pondérée par le nombre de votes)

Contenu copié-collé du communiqué de presse officiel de son émetteur qui en assume l'entière responsabilité. TendanceHotellerie n'approuve ni ne désapprouve ce communiqué.

Partager 2

La Médiation Tourisme et Voyage

TourMaG.com
1ER JOURNAL DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

ACCUEIL ACTUALITÉ NEWSLETTER AGENDA CLUB AGV

Accueil > Distribution

J'aime Partager 38 K personnes aiment ça. Inscription pour voir ce que vos amis aiment.

Médiation tourisme et voyage : 59% de litiges supplémentaires traités en 2016

Le médiateur du tourisme a rendu son dernier rapport au SMT

Envoyer à un ami Imprimer Partager cet article

Rédigé par Pierre Georges le Jeudi 16 Mars 2017

C'est au Salon Mondial du Tourisme, ce jeudi 16 mars 2017 que Jean-Pierre Teyssier, médiateur du tourisme et du voyage a rendu son rapport sur l'activité de son organisation en 2016. Résultats : toujours plus de litiges traités (+59%) pour un taux d'acceptation des médiations excellent (95%).

L'équipe de la Médiation Tourisme et Voyage, accompagné de René-Marc Chikli, président du Seto © DR PQ TourMaG

TourMaG.com
1ER JOURNAL DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

ACCUEIL ACTUALITÉ NEWSLETTER AGENDA CLUB AGV

Accueil > Distribution

J'aime Partager 38 K personnes aiment ça. Inscription pour voir ce que vos amis aiment.

Visas, formalités : quelles obligations et responsabilités pour les opérateurs de voyages et de séjours ?

Interview croisée de Khalid El Wardi et Me Emmanuelle Llop

Envoyer à un ami Imprimer Partager cet article

Rédigé par Anaïs BORIOS le Mardi 3 Octobre 2017

Au cours des dernières années, les obligations (et partant la responsabilité) des voyagistes et des agences de voyages en matière d'information vis-à-vis des consommateurs, ont augmenté significativement. Éclairage avec Khalid El Wardi, secrétaire général de la Médiation Tourisme et Voyage et Me Emmanuelle Llop, avocat associé tourisme, aérien et loisirs pour le cabinet Équinoxe Avocats.

TourMaG.com
1ER JOURNAL DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

ACCUEIL ACTUALITÉ NEWSLETTER AGENDA CLUB AGV

Accueil > Distribution

J'aime Partager 38 K personnes aiment ça. Inscription pour voir ce que vos amis aiment.

Retards, annulations : les litiges aériens compliquent la vie des voyageurs et... des agences !

L'interview de Khalid El Wardi, secrétaire général de la Médiation Tourisme et Voyage

Envoyer à un ami Imprimer Partager cet article

Rédigé par Céline Eymery le Vendredi 17 Février 2017

Les litiges dans le secteur de l'aérien représentent la moitié des dossiers reçus à la Médiation Tourisme et Voyage. Les difficultés rencontrées par les passagers lors d'une annulation, d'un retard ou d'une perte de bagages empoisonnent aussi les relations commerciales des agences de voyages avec leurs clients. Khalid El Wardi, secrétaire général de la Médiation Tourisme et Voyage (MTV), revient pour TourMaG.com sur les difficultés rencontrées en matière de litiges liés au transport aérien.

FRÉQUENTATION DU SITE www.mtv.travel

En ligne depuis 2012, le site a été **visité 88 537 fois cette année**. Il regroupe toutes les informations sur la Médiation comme l'actualité du Médiateur, les rapports annuels de 2012 à 2016, résume les conditions de validité d'un dossier et met à la disposition du consommateur le formulaire de saisine, téléchargeable en ligne. **Il permet depuis le 1er janvier 2016 de saisir directement le Médiateur via un formulaire totalement en ligne**.

Audience

	2015	2016	2017
Visiteurs	32 613	67 048	**88 537**
Visiteurs uniques	24 097	52 996	**70 072**
% nouvelles visites	72,8 %	78,5 %	**78,7 %**
Pages vues	73 148	184 234	**250 166**
Pages / visite	2,24	2,75	**2,83**
Durée de la visite	00:02:20	00:01:58	**00:01:57**

Origine géographique des connexions

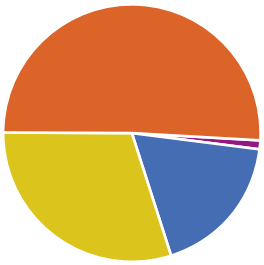
		SESSIONS	% SESSIONS
1	France	**68 805**	77,71 %
2	États-Unis	**2 014**	2,27 %
3	Royaume-Uni	**1 867**	2,11 %
4	Belgique	**1 771**	2 %
5	Suisse	**1 522**	1,72 %
6	Réunion	**1 466**	1,66 %
7	Allemagne	**1 126**	1,27 %
8	Espagne	**1 121**	1,27 %
9	Italie	**687**	0,78 %
10	Pays-Bas	**541**	0,61 %

113 depuis le Japon
86 depuis l'Australie
41 depuis l'Arabie Saoudite
13 depuis l'Iran
3 depuis l'Ouzbékistan
1 depuis le Vatican et le Groenland

Sources du trafic

Concernant les **18,7 %** de visiteurs renvoyés par des liens figurants par d'autres sites – les 10 premières sources :

1	easyjet.com	**3 692** visites
2	airfrance.fr	**2 365** visites
3	air-austral.com	**984** visites
4	conso.net	**769** visites
5	hop.com	**695** visites
6	economie.gouv.fr	**522** visites
7	sosconso.blog.lemonde.fr	**511** visites
8	60millions-mag.com	**434** visites
9	com.google.android	**434** visites
10	www.eudonet.com	**355** visites



50,9 %
Accès directs *(visiteurs qui ont accédé au site en saisissant l'URL directement dans leur navigateur)*

29,7 %
Trafic de recherche *(visiteurs renvoyés par des résultats de moteur de recherche)*

18,7 %
Sites référents *(visiteurs renvoyés par des liens figurant sur d'autres sites)*

0,7 %
Accès via réseaux sociaux *(visiteurs renvoyés par des liens figurant sur les réseaux sociaux)*

LES RECOMMANDATIONS AUX PROFESSIONNELS

1

Information plus précise sur les cartes de paiements exigées (ex-location de voiture) et notion de carte *« de crédit »*

Problématique
Lors de certaines locations de voiture, le vendeur informe le client, qu'il lui faudra présenter une carte *« de crédit »* pour garantir la caution du véhicule. Tenant compte de la notion générique de carte *« de crédit »*, les consommateurs français se présentent avec une carte bancaire, qui est en réalité (dans l'immense majorité des cas) *« de débit »* ; et ne peuvent donc retirer leur véhicule, pourtant payé.

Aussi, je préconise que :
Pour les prestations soumises à la présentation de carte *« de crédit »* (au sens bancaire du terme), l'attention des consommateurs, notamment français, soit attirée de façon plus explicite.

2

Tenir compte de la bonne foi du voyageur et de l'existence d'un abonnement valide en cas de verbalisation pour non-présentation du titre de transport

Problématique
Aujourd'hui, les usagers de transports publics, qui bien que titulaires d'un abonnement en cours de validité, sont, en cas d'oubli, sanctionnés de la même manière et du même montant qu'un *« fraudeur volontaire »* à défaut de présentation de titre transport lors d'un contrôle.

Aussi, je préconise que :
Soit mise en place, une procédure tenant compte de l'équité, et permettant au titulaire d'un abonnement en cours de validité, en cas d'oubli de ce dernier, de pouvoir soit :

- Être remboursé sur présentation de justificatif d'un billet acheté à l'unité.
- Bénéficier d'un geste commercial post verbalisation (remboursement des frais éventuels).

3

Attirer plus explicitement l'attention des voyageurs sur la pratique des « temps de pauses » lors d'un transport autocar

Problématique
Il arrive que certains passagers de transports en autocar, ne respectant pas les consignes en termes de temps de pause (ceux-ci étant extrêmement réglementés), se retrouvent *« abandonnés »* et n'ont d'autre choix que de trouver, par eux-mêmes, un nouveau moyen de locomotion.

Aussi je préconise que :
Tout en respectant leurs contraintes, en termes de temps de conduite et de pause (et afin de limiter le retard que pourrait subir l'ensemble des voyageurs), les chauffeurs :

- Explicitent aux passagers, avant chaque pause, les risques d'un dépassement du temps accordé.
- Attendent les retardataires pendant un temps raisonnable.

4

Renforcer l'information préalable des voyageurs pour éviter les délogements à l'arrivée à destination

Problématique
De nombreux clients ne sont informés de la non-disponibilité de l'hôtel choisi, qu'à leur arrivée à destination et sont donc contraints de loger dans un autre hébergement, qu'ils auraient peut-être refusé s'il leur avait été proposé avant départ.

Aussi je préconise que :
L'information sur la disponibilité des hébergements contractuellement prévus, soit vérifiée et confirmée par l'agence quelques jours avant le départ du voyageur ; et que les modifications à destination ne s'appliquent que dans des cas exceptionnels et soumis au relogement du voyageur dans des conditions (géographiques et qualitatives) au moins comparable.

LA PROBLÉMATIQUE JURIDIQUE DE L'ANNÉE

ÉVALUATION ET INDEMNISATION DES PERTES DE BAGAGES DANS LE TRANSPORT AÉRIEN

Principe de responsabilité du transporteur

Dans le cadre du transport aérien, les Conventions de Varsovie (1929) et de Montréal (1999) prévoient le principe général d'une responsabilité du transporteur quant au dommage démontré suite à une perte des bagages enregistrés.*

Limites d'indemnisation

Ces textes prévoient également que l'indemnisation du préjudice subi sera plafonnée à :

- Environ **20 €/kg** pour les vols dans le champ d'application de la Convention de Varsovie.
- Environ **1 400 €** pour les vols dans le champ d'application de la Convention de Montréal.

Si le régime d'indemnisation prévu par la Convention de Varsovie a l'avantage de la simplicité, il engendre dans de nombreux cas des situations, qui peuvent apparaître comme inéquitables. En effet, dans des dossiers, qui nous ont été soumis, le poids des effets personnels transportés et perdus, était sans commune mesure avec leur valeur (costume ou foulard de marque par exemple).

Aussi, le régime instauré par la Convention de Montréal, se veut plus proche d'une compensation objective du préjudice subi, puisqu'il se calque sur la valeur « *démontrée* » par le passager… et c'est à ce point que commencent les difficultés juridiques et pratiques.

En effet, ce texte de 1999 ne prévoit **ni les modalités précises de preuve**, ni ce qu'il faut entendre par la **notion de « *préjudice* »**.

De la preuve à l'évaluation de la valeur du bagage perdu

Une des premières solutions, qui nous vient à l'esprit lorsque l'on se pose la question de la preuve du préjudice en matière de perte d'effet personnel, est la **fourniture de factures justificatives**. Mais cette solution se heurte à un certain nombre de problématiques pratiques et juridiques :

- *A-t-on toujours toutes les factures relatives aux biens transportés ?*
- *La facture d'un bien acheté il y a X temps, doit-elle être remboursée à 100 % ?*
- *Comment justifier que la facture transmise correspond bien à un bien effectivement perdu ?*
- *L'impossibilité de prouver son préjudice par la fourniture de factures, entraine-t-elle une exonération d'indemnisation, alors même que le bagage est reconnu perdu ?*

S'il est difficile de dégager une jurisprudence, qui vaudrait pour l'ensemble de ces interrogations, le bon sens commande de considérer notamment, que **la fourniture de factures ne devrait être qu'un des indices de l'évaluation du préjudice subi** et qu'une étude minutieuse, équitable et au cas par cas d'une liste chiffrée des biens contenus dans le bagage litigieux, doit être faite pour déterminer une éventuelle indemnisation.
Il ne serait pas en effet concevable, de considérer qu'un passager dont le bagage a été perdu (et dont le préjudice est donc de plein droit), qui ne serait pas en mesure de fournir de document probant, ne soit pas du tout indemnisé.

Une autre solution serait de considérer qu'en l'absence de justificatif, on revienne aux dispositions prévues par la Convention de Varsovie, c'est-à-dire une indemnisation *« au poids »*…

Une fois la question de la valeur du bagage mise de côté, le passager invoque parfois les conséquences que cette perte a pu avoir (perte de matériel professionnel lui faisant manquer un contrat ou encore perte de vêtement pour un mariage…) et demande la compensation d'un préjudice moral.

Se pose donc la question de savoir si les plafonds d'indemnisation prévus par les textes, ne se réfère qu'au dommage matériel direct ou englobe l'ensemble des préjudices/dommages liés à la perte de bagage.

Notion de « *préjudice* » subi par le passager

Le cas d'école est celui d'un passager dont la demande d'indemnisation suite à une perte de bagage serait de 2000 € et se décomposerait en :

- 1 000 € pour la valeur des biens et 1 000 € pour le préjudice moral subi.

** Pour rappel, les systèmes d'indemnisation prévus ne sont pas cumulatifs*

ANNEXES

Faudrait-il considérer que le plafond de 1 400 € de la Convention de Montréal ne doit s'appliquer qu'au préjudice matériel (auquel cas le passager pourrait prétendre à 2 000 € d'indemnisation) ou à l'ensemble de sa demande, même si celle si est justifiée et prouvée ?

Cette question longtemps débattue a fait l'objet de plusieurs jurisprudences divergentes, jusqu'à ce que la Cour de Justice de l'Union Européenne dans un Arrêt WALZ contre CLICKAIR - du 6 mai 2010 décide que :

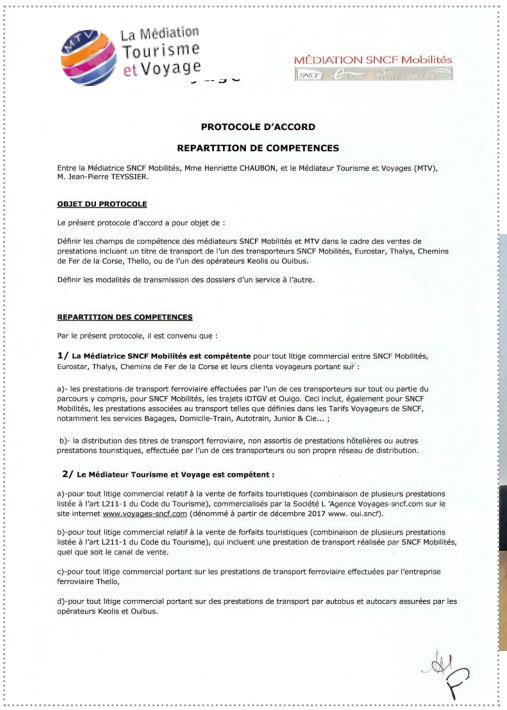
- L'article 31 de la convention sur le droit des traités, signée à Vienne le 23 mai 1969, précise qu'un traité doit être interprété de bonne foi, suivant le sens ordinaire à attribuer à ses termes dans leur contexte, et à la lumière de son objet et de son but.

- En application de cette règle d'interprétation, il convient de rappeler qu'il existe bien une notion de dommage, d'origine non conventionnelle, commune à tous les sous-systèmes de droit international et que *« le préjudice comprend tout dommage, tant matériel que moral […] »*.

- Rien dans la convention de Montréal n'indique que les États contractants aient entendu attribuer à la notion de dommage un sens spécial et déroger à son sens ordinaire.

Et qu'il résulte de ces considérations que ***« le terme "préjudice", fixant la limite de responsabilité du transporteur aérien pour le préjudice résultant, notamment, de la perte de bagages, doit être interprété en ce sens qu'il inclut aussi bien le dommage matériel que le dommage moral »***.

PROTOCOLE AVEC LA MÉDIATION SNCF MOBILITÉS



La Médiation Tourisme et Voyage

MÉDIATION SNCF Mobilités

PROTOCOLE D'ACCORD

REPARTITION DE COMPETENCES

Entre la Médiatrice SNCF Mobilités, Mme Henriette CHAUBON, 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 Mobilités et MTV dans le cadre des ventes de prestations incluant un titre de transport de l'un des transporteurs SNCF Mobilités, Eurostar, Thalys, Chemins de Fer de la Corse, Thello, ou de l'un des opérateurs Keolis ou Ouibus.

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/ La Médiatrice SNCF Mobilités est compétente pour tout litige commercial entre SNCF Mobilités, Eurostar, Thalys, Chemins de Fer de la Corse et leurs clients voyageurs portant sur :

a)- les prestations de transport ferroviaire effectuées par l'un de ces transporteurs sur tout ou partie du parcours y compris, pour SNCF Mobilités, les trajets IDTGV et Ouigo. Ceci inclut, également pour SNCF Mobilités, les prestations associées au transport telles que définies dans les Tarifs Voyageurs de SNCF, notamment les services Bagages, Domicile-Train, Autotrain, Junior & Cie… ;

b)- la distribution des titres de transport ferroviaire, non assortis de prestations hôtelières ou autres prestations touristiques, effectuée par l'un de ces transporteurs ou son propre réseau de distribution.

2/ Le Médiateur Tourisme et Voyage est compétent :

a)-pour tout litige commercial relatif à la vente de forfaits touristiques (combinaison de plusieurs prestations listée à l'art L211-1 du Code du Tourisme), commercialisés par la Société L 'Agence Voyages-sncf.com sur le site internet www.voyages-sncf.com (dénommé à partir de décembre 2017 www. oui.sncf).

b)-pour tout litige commercial relatif à la vente de forfaits touristiques (combinaison de plusieurs prestations listée à l'art L211-1 du Code du Tourisme), qui incluent une prestation de transport réalisée par SNCF Mobilités, quel que soit le canal de vente.

c)-pour tout litige commercial portant sur les prestations de transport ferroviaire effectuées par l'entreprise ferroviaire Thello,

d)-pour tout litige commercial portant sur des prestations de transport par autobus et autocars assurées par les opérateurs Keolis et Ouibus.

e)-pour tout litige commercial portant sur des prestations de transport d'un opérateur adhérent à l'UTP (Union des Transports Publics et Ferroviaires) à l'exclusion des prestations de transport ferroviaire effectuées par les entreprises relevant de la compétence de la Médiatrice SNCF Mobilités.

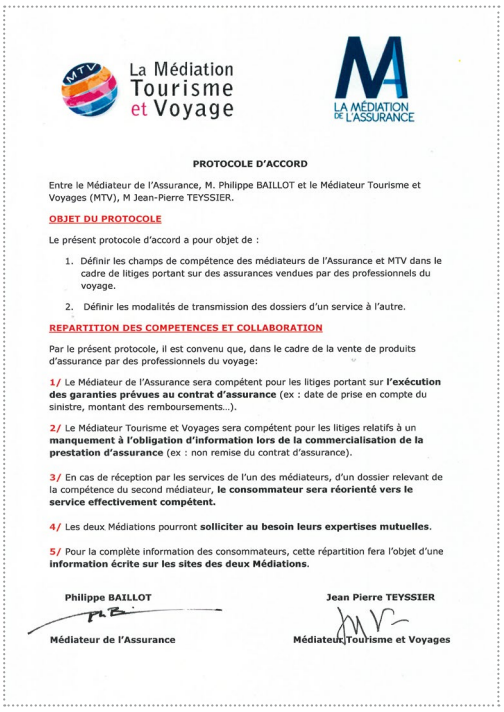
3/ En cas de réception par les services de l'un des Médiateurs d'un dossier relevant de la compétence de l'autre Médiateur, celui-ci sera redirigé après en avoir avisé le consommateur.

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

Henriette CHAUBON
Médiatrice SNCF Mobilités

Jean Pierre TEYSSIER
Médiateur Tourisme et Voyages

Henriette Chaubon,
Médiatrice de SNCF Mobilités
et Jean-Pierre Teyssier,
Médiateur du Tourisme et du Voyage



La Médiation Tourisme et Voyage

LA MÉDIATION DE L'ASSURANCE

PROTOCOLE D'ACCORD

Entre le Médiateur de l'Assurance, M. Philippe BAILLOT et le Médiateur Tourisme et Voyages (MTV), M Jean-Pierre TEYSSIER.

OBJET DU PROTOCOLE

Le présent protocole d'accord a pour objet de :

1. Définir les champs de compétence des médiateurs de l'Assurance et MTV dans le cadre de litiges portant sur des assurances vendues par des professionnels du voyage.
2. Définir les modalités de transmission des dossiers d'un service à l'autre.

REPARTITION DES COMPETENCES ET COLLABORATION

Par le présent protocole, il est convenu que, dans le cadre de la vente de produits d'assurance par des professionnels du voyage:

1/ Le Médiateur de l'Assurance sera compétent pour les litiges portant sur **l'exécution des garanties prévues au contrat d'assurance** (ex : date de prise en compte du sinistre, montant des remboursements…).

2/ Le Médiateur Tourisme et Voyages sera compétent pour les litiges relatifs à un **manquement à l'obligation d'information lors de la commercialisation de la prestation d'assurance** (ex : non remise du contrat d'assurance).

3/ En cas de réception par les services de l'un des médiateurs, d'un dossier relevant de la compétence du second médiateur, **le consommateur sera réorienté vers le service effectivement compétent.**

4/ Les deux Médiations 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 Médiations**.

Philippe BAILLOT
Médiateur de l'Assurance

Jean Pierre TEYSSIER
Médiateur Tourisme et Voyages

PROTOCOLE AVEC LA MÉDIATION DES ASSURANCES

LA CHARTE DE LA MÉDIATION TOURISME ET VOYAGE

Préambule

Les fournisseurs de service liés aux voyage, tourisme, hébergement, loisirs, et transport, représentés leurs associations ou adhérant directement, 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 différents nés des contrats conclus entre le professionnel et le consommateur peuvent faire l'objet d'une médiation facultative et gratuite pour le consommateur.

À cet effet, ces fournisseurs de services, réunis au sein d'une association loi 1901 dénommée Association Médiation Tourisme et Voyage (ci-après « *M.T.V.* »), désignent un médiateur, ayant une indépendance et une autorité reconnues, afin qu'il donne son avis sur ces litiges nés des relations entre les professionnels et les consommateurs.

La Médiation obéit aux règles ci-après décrites.

Chapitre I Le médiateur

Article 1.1 Désignation

Le Médiateur est désigné, après consultation des associations de consommateurs*, par les adhérents institutionnels au sens du 6.2.1 des statuts, pour une durée de trois (3) ans renouvelable. Il exerce conformément aux dispositions du Code de la Consommation.

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 liés aux transport, hébergement, loisirs, voyage et tourisme par un contrat de travail, ni détenir des actions de l'un des fournisseurs de services liés aux transports, hébergement, voyage et tourisme, ni intervenir comme consultant pour un des fournisseurs de services liés aux transports, hébergement, voyage 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.
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 sauf accord de toutes les parties.

Chapitre II – Domaine d'application de la médiation

Article 2.1 Champ d'application

La Médiation s'applique à tous les litiges opposant un fournisseur de services liés aux transports, hébergement, voyage, loisir et tourisme, membre de l'une des organisations signataires ou adhérant directement à la présente Charte, à l'un de ses Clients, (ci-après désigné Client) découlant de contrats de vente ou de service conclus entre le professionnel et le consommateur.

Article 2.2 Saisine relative à un non adhérent

Dans le cas d'un professionnel non adhérent à la MTV, le Médiateur pourra proposer, au dit professionnel l'accès à la Médiation Tourisme et Voyage, aux conditions et tarifs mentionnées dans un document, qui lui sera communiqué systématiquement en cas de saisine.

Chapitre II Fonctionnement de la médiation

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…).

En cas de multiplicité d'opérateurs (ex : forfait/package), la saisine d'un des d'intervenants, mis en cause est suffisante.

Le fournisseur de services liés aux transports, hébergement, loisirs, voyage et tourisme communique au Client la possibilité de recourir à la *« Médiation Tourisme et Voyage »*.

Cette communication se traduit par l'inclusion, sur son site internet, dans ses conditions de vente et contrats 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.

En cas de saisine de l'entreprise et sans réponse de sa part dans un délai de 60 jours, le consommateur pourra saisir le Médiateur.

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

Il est recommandé que le Médiateur réoriente le dossier qui lui a été adressé prématurément, vers le service traitant les réclamations, chez le professionnel mis en cause.

La Médiation Tourisme et Voyage

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 représenté (lorsqu'il a explicitement manifesté sa volonté de saisir le Médiateur) ou le fournisseur de services liés aux transports, hébergement, loisirs, 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, soit directement en ligne, soit par voie postale.

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.

À défaut de réponse dans le délai indiqué, le Médiateur commence à instruire le dossier sur la seule base des éléments 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 90 jours à compter de la recevabilité, le Médiateur rend un avis en équité et en droit.

Toutefois, après en avoir informé les parties, ce délai pourra être rallongé en fonction de la nature, de la complexité, ou du caractère exceptionnel du litige. Un exemplaire de l'avis est adressé au Client et un autre exemplaire au fournisseur de services concerné. 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 médiation

Article 4.1 Prescription

Le Médiateur doit être saisi dans l'année suivant la première réclamation faite auprès du professionnel mis en cause.

Article 4.2 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, hébergement, loisirs, voyage et tourisme ou le client.

Toute action en justice introduite par l'une des parties contre l'autre partie, en cours de Médiation met fin à celle-ci.

Le Médiateur s'interdit de représenter ou de conseiller l'une des parties dans une procédure relative au litige faisant l'objet de la médiation.

Article 4.3 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 médiation

Article 5.1 Comité de suivi de la Médiation Tourisme et Voyage

Afin de permettre un bon niveau d'information, le comité de suivi de la Médiation Tourisme et Voyage se réunira au moins une fois par an sauf circonstances exceptionnelles, ou plus à l'initiative du Médiateur.
Ce comité est composé de représentants de l'État, 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 diffusé sur son site internet.

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.

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.

À 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
Portée de la charte

Tout consommateur et tout fournisseur de services liés aux transports, hébergement, loisirs, 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. La liste récapitulative, à jour, des signataires, figure sur le site internet de la MTV.

Annotations :
** Au sens de la présente charte, le terme « associations de consommateurs » comprend toutes les associations de consommateurs agréées ne siégeant pas auprès de la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation.*

CLUB DES MÉDIATEURS
DE SERVICES AU PUBLIC

BILAN DE L'ACTIVITÉ DES MEMBRES DU CLUB

Le Club des médiateurs de services au Public

Fondé en 2002, le « *Club des médiateurs de services au public* », association loi 1901, regroupe 25 médiateurs, qu'ils soient institutionnels ou placés auprès d'administrations, de grands services publics ou d'organismes de protection sociale. D'autres membres du Club ont compétence pour des secteurs économiques ou exercent auprès d'entreprises ayant des missions de service public.

Très divers par leurs domaines d'exercice, tous les membres partagent en revanche une même exigence de qualité pour leurs médiations, fondée sur leur impartialité et le respect d'une déontologie et de procédures très strictes.

Les médiations sont gratuites pour les requérants. Elles sont accessibles à tous en dernier recours amiable. Les médiateurs se prononcent en droit et en équité. Ils publient chaque année un rapport qui rend compte de manière précise de leur activité de médiation. Au-delà du règlement des litiges individuels, les médiateurs du Club proposent aux entreprises ou administrations concernées des mesures générales pour prévenir les litiges et améliorer les relations avec le public.

Le Club est présidé par Jean-Pierre Teyssier, Médiateur du Tourisme et du Voyage.

Le bilan de l'activité des membres en 2016

129 255 saisines ont été reçues par les médiateurs,
en hausse de 4 % par rapport à 2015 et de 20 % par rapport à 2012,

66 579 dossiers ont été instruits et ont donné lieu à l'émission d'une proposition formelle du médiateur ou ont été résolus par son intervention, **soit plus d'un dossier sur deux reçus**.

Les autres saisines ont été **déclarées irrecevables**, principalement en raison de l'absence ou de l'insuffisance des démarches préalables à la saisine du médiateur,

En moyenne, **les médiateurs membres du Club ont donné satisfaction totale ou partielle à la demande du requérant dans un dossier instruit sur deux**.

Le site du Club : https://clubdesmediateurs.fr

Membres du Club des médiateurs de services au public.

LE CLUB DES MÉDIATEURS DE SERVICE AU PUBLIC

îledeFrance
Demain s'invente ici

Le Médiateur de la région Île-de-France
Jean-Pierre Hoss
33 rue Barbet de Jouy
75007 PARIS

AMF
AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS

Le Médiateur de l'autorité des marchés financiers
Marielle Cohen-Branche
17, place de la Bourse
75082 PARIS Cedex 02

ASF
ASSOCIATION FRANÇAISE DES SOCIÉTÉS FINANCIÈRES

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

LA MÉDIATION DE L'ASSURANCE

Le Médiateur de l'Assurance
Philippe Baillot
Médiateur de l'Assurance TSA 50110
75441 PARIS Cedex 09

BNP PARIBAS

Le Médiateur auprès de BNP Paribas pour la clientèle des particuliers
Dominique Chevaillier Boisseau
Médiateur auprès de BNP Paribas pour la clientèle des particuliers
TSA 52177 Hanovre
75318 PARIS Cedex 09

Caisse des Dépôts

Le Médiateur du groupe de la Caisse des Dépôts
Anne Guillaumat de Blignieres
mediateur@caissedesdepots.fr
La médiatrice - Caisse des Dépôts
56 rue de Lille - 75356 PARIS

Le Médiateur des communications électroniques
Le Médiateur des Communications électroniques
CS 30342.94257 GENTILLY Cedex

Médiation de l'eau
Le Médiateur de l'Eau
Dominique Braye
Médiation de l'Eau BP 40 463
75366 PARIS Cedex 08

EDF
Le Médiateur du Groupe EDF
Alain Briere
TSA 50026 - 75804 PARIS Cedex 08

ministère Éducation nationale
Le Médiateur de l'Éducation Nationale et de l'Enseignement Supérieur
Claude Bisson-Vaivre
mediateur@education.gouv.fr
Carré Suffren - 110, rue de Grenelle
75357 PARIS Cedex 07 SP

Le médiateur national de l'énergie
Informer, conseiller, protéger
Le Médiateur National de l'Énergie
Jean Gaubert
Demande d'information / litige :
Libre réponse n° 59252,
75443 PARIS Cedex 09
Adresse institutionnelle :
15 rue Pasquier – 75008 PARIS

le médiateur DES ENTREPRISES
Le Médiateur des Entreprises
Pierre Pelouzet
98-102 rue de richelieu 75002 PARIS

france 2
Le Médiateur de l'information de France 2
Nicolas Jacobs
7, esplanade Henri-de-France
75907 PARIS Cedex 15

france 3
Le Médiateur des Rédactions de France 3
Marie-Laure Augry
7, esplanade Henri-de-France
75015 PARIS

francetélévisions
Le Médiateur des programmes de France Télévisions
Gora Patel
7, esplanade Henri de France
75907 PARIS Cedex 15

ENGIE
Le Médiateur du groupe ENGIE
Jean-Pierre Hervé
TSA 34 321 92099
LA DÉFENSE Cedex

LE GROUPE LA POSTE
Le Médiateur du groupe La Poste,
Le Médiateur de La Banque Postale
Pierre Segura
Le Médiateur du Groupe La Poste
9 rue du Colonel Pierre Avia CP F 407
75757 PARIS Cedex 15
Le Médiateur de La Banque Postale
115 rue de Sèvres CP G 009
75275 PARIS Cedex 06

Le Médiateur des Ministères économiques et financiers
Christophe Baulinet
BP 60 153 - 14010 CAEN Cedex 1

médiateur msa
Le Médiateur de la Mutualité sociale agricole
Roland Baud
LES MERCURIALES - 40, rue Jean Jaurès
93547 BAGNOLET Cedex

La Médiation Tourisme et Voyage
Le Médiateur Tourisme et Voyage
Jean-Pierre Teyssier
BP 80 303 – 75823 PARIS Cedex 17

Paris Habitat
Le Médiateur de Paris Habitat OPH
Danièle Aguanno-Promonet
21 bis rue Claude Bernard
75253 PARIS Cedex 05

pôle emploi
Le Médiateur National de Pôle Emploi
Jean-Louis Walter
Direction Générale
1 rue de Docteur Gley
75987 PARIS Cedex 20

RATP
Le Médiateur de la RATP
Betty Chappe
LAC LC12 54 quai de la Rapée
75599 PARIS Cedex 12

SNCF
Le Médiateur de la SNCF
Bernard CIEUTAT
Médiateur SNCF Mobilités TSA 37701
59973 TOURCOING Cedex

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

Conception et réalisation : éditions stratégiques – 01 49 48 97 98

WWW.MTV.TRAVEL

MTV MÉDIATION TOURISME VOYAGE
BP 80 303
75823 PARIS CEDEX 17

2017

La Médiation
Tourisme
et Voyage