

» TRANSPORTS

**AVEC AIR CARAÏBES,
LE TGV AIR ARRIVE
À... ORLY** page 2



» ENTRETIEN

**MIREILLE FAUGÈRE :
"L'EUROPE EST NOTRE
TERRAIN DE JEU..."** page 2-3



Le Quotidien du Tourisme

Vendredi 18 septembre 2009

N° 3277 • Prix : 1 € - 9, allée Jean Prouvé 92587 Clichy cedex - Tél. 01.41.40.33.89 - Fax. 01.41.40.34.17 - E-mail : quotidien@editions-lariviere.fr

CRACOVIE à partir de 123 EUR
VARSOVIE à partir de 123 EUR
BUDAPEST à partir de 127 EUR

Prix TTC, A/R
Renseignements au 01 47 42 18 58 ou par@czechairlines.com
Czech Airlines, votre partenaire vers l'Europe Centrale et de l'Est

www.czechairlines.com



» Éditorial

Enquiquineurs ?

■ Bien vendre, c'est bien ! Gérer l'après-vente, c'est mieux ! De plus en plus d'agents semblent avoir saisi l'importance de cet aspect de la relation commerciale. C'est certes le fruit d'une meilleure formation des vendeurs de voyages mais c'est également une question de bon sens. Tout agent qui se respecte sait qu'un client content est moins "communicant" qu'un client mécontent. D'où les dégâts occasionnés par le second qui en parle à tout son entourage, et même au-delà ! Et dans l'organisation d'une prestation touristique, le diable est dans les détails. C'est dire si les sujets de fâcheries sont nombreux, mêmes s'ils se concentrent habituellement sur des problèmes d'hébergement et de réservations hôtelières. Le consommateur, bien informé sur les produits et encore mieux instruit de ses droits grâce au Web, a vu ses pouvoirs accrus et ses moyens d'intervention facilités. Toutefois, peu d'entre eux prennent le risque d'un procès. Il faut en général qu'il y ait une véritable entourage, qui finit par alerter les services compétents de la répression des fraudes, pour que se constituent des associations de clients floués. C'est franchement assez rare. Rien à voir toutefois avec les spectaculaires "class actions" à l'américaine... Reste le cas des plaideurs compulsifs qui cherchent à grappiller des avantages ou des remboursements. On a coutume de dire qu'il vaut mieux anticiper les litiges plutôt que de partir à l'affrontement, quitte à mettre un mouchoir sur son honneur de vendeur en jouant de la ristourne... À moins d'avoir un dossier en béton et de faire fi de la fidélisation du client. Sinon, comme à l'entrée des boîtes de nuit, il faut embaucher des physionomistes qui détecteront les enquiquineurs potentiels. Tiens, voilà une idée comme soutien à la création d'emplois !

Patrick Lopez

» HÉBERGEMENT

**ODALYS PRÉPARE
L'HIVER ET AVANCE
SES PIONS POUR
2010**
page 7



Le fait du jour La DGCCRF communique sur une baisse des réclamations

Vendeurs mieux formés : moins de litiges en agences

- » Le service litiges de Snav/APS a traité 3,3 % de dossiers en moins en 2008.
- » Des agents plus compétents mais l'anticipation des litiges reste à améliorer.
- » La part des consommateurs formalisant une réclamation resterait minoritaire.

Dossiers traités par le service litiges Snav/APS

du 1^{er} janvier au 15 septembre

Cela pourrait être une bonne nouvelle. Le nombre de réclamations reçues par la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) a nettement baissé au premier semestre. Y compris sur le secteur "hôtellerie, restauration, tourisme" (*) qui enregistre 2 439 réclamations sur la période, soit une baisse de 15,5 % par rapport au premier semestre 2008 et même de 38,3 % par rapport au deuxième semestre 2008. Il faut croire que la montée en puissance des actions de consommateurs doublée du renforcement des contrôles de la DGCCRF a porté ses fruits. Une bonne nouvelle certes mais qu'il faut aussi corrélérer à une baisse de la consommation en période de crise. Surtout, le service litiges commun au Snav et à l'APS constate lui aussi une diminution du nombre de plaintes. "Si 722 dossiers ont été traités en 2007 (880 en 2006), ils n'ont été que 698 en 2008", souligne Valérie Boned, directrice du service juridique du Snav. Une baisse que l'on retrouve sur la période du 1^{er} janvier au 15 septembre avec "343 dossiers traités en 2009 contre 472 en 2008". "Il y a une vraie professionnalisation des vendeurs. Grâce aux outils qu'on met à leur disposition, les agents de voyages ont acquis une vraie maturité, que ce soit sur la contrac-

tualisation ou le devoir d'information", résume-t-elle. Bien sûr, il reste du travail à faire, notamment en matière d'anticipation des litiges. Tout cela demande beaucoup d'attention, de souplesse de la part du vendeur. Car le client, de plus en plus au fait des réglementations, n'hésite pas à s'engouffrer dans la brèche. "Tout est motif à récupérer des bons de dédommagement ou des remboursements partiels" indique Aleksandra (Alpilles Voyages). Selon Alexis Selinger, président d'Associationsovoyages.com, "lors d'un litige, seule une infime minorité de consommateurs va formaliser la réclamation. Et si une solution amiable n'est pas proposée ces consommateurs assigneront leur prestataire défaillant". D'après lui, "cette partie visible de l'iceberg ne permet donc pas de se faire une opinion sur le niveau réel de mécontentement des souscripteurs de voyages à forfait". Mais les agences doivent aussi se montrer fermes face aux requêtes de leurs clients. Il arrive d'ailleurs fréquemment qu'elles gagnent un procès contre le voyageur. Go Voyages nous l'a souvent montré.

david.savary@quotidiendutourisme.com

(*) La Direction ne faisant pas de ventilation entre les trois sous-secteurs, il est difficile d'appréhender la part du tourisme.

Éclairage

75 % des clients britanniques satisfaits de leur agence de voyages

» Dans la presse britannique, une enquête diligentée par le cabinet Check Safety First auprès de quelque 2 000 consommateurs révèle qu'un client sur quatre ne fait pas confiance à son agence de voyage. Plus précisément 25 % des personnes réservant par le biais d'une agence de voyages estiment que la prestation finale ne reflète pas la description qu'ils en ont eue sur la brochure. Pour Steve Tate, patron de Check Safety First, "il y a 15 ans, les gens ne comptaient que sur l'avis de l'agent de voyages et la brochure pour support, aujourd'hui ils ont d'autres moyens de vérifier, notamment sur Internet". On ne s'étonne pas alors que le secteur du voyage fasse l'objet de nombreuses plaintes et de litiges. Les consommateurs disposent en effet de sources d'information comme le Web 2.0 où figurent des avis sur la qualité d'un prestataire consultables avant même de partir. Beaucoup s'attardent sur le descriptif des hôtels et les services qu'ils proposent. Ce n'est donc pas un hasard si les plaintes liées à la qualité de l'hébergement reviennent régulièrement. Andrew Brownrigg, à la tête de Haslemere Travel, se veut positif : "il est facile de regarder le côté négatif des choses. Je remarque qu'il y a 75 % des clients qui ont confiance en leur agence". Il ajoute : "rien ne remplacera des années d'expertise au comptoir. Les éducteurs et programmes de formation sont très précieux !"

TÉLÉGRAMMES

» Visit Europe organise à l'occasion de Top Résea un quiz. Des voyages pour deux sont à gagner sur son stand F17 en répondant à un jeu concours (5 questions). Résultat du jeu le jeudi 24 à 18 h.

» Le juge des référés du TGI de Paris, qui devait examiner mercredi la demande d'indemnisation des familles de victimes de l'accident de l'A310 de Yemenia, ayant fait 152 morts le 30 juin, a renvoyé cette audience au 7 octobre.

» Des proches d'une trentaine de passagers victimes de l'accident du vol AF447 Rio de Janeiro-Paris ont constitué une nouvelle association, "Entraide et Solidarité AF447", afin de favoriser la solidarité et l'échange d'informations entre les familles.

» En août 2009, Aéroports de Paris a accueilli un trafic en baisse de 3,5 % par rapport au mois d'août 2008, avec 8,1 millions de passagers dont 5,7 millions à Paris Charles-de-Gaulle (- 4,5 %) et 2,4 millions à Paris Orly (- 1,1 %).

» Le site du zoo de Saint-Jean-Cap-Ferrat, qui accueille chaque année



130 000 visiteurs, a été racheté par un milliardaire britannique qui projette d'y construire en lieu et place du zoo un centre de remise en forme.

» Rectificatif. Contrairement à ce qui est écrit dans notre édition du 16 septembre (QDT N° 3275), le réseau Alpilles Voyages ne fait pas partie du réseau Selectour mais a intégré la franchise Carlson Wagonlit Voyages en février dernier.