



## **Avis « Publicité du secteur Transports - Voyages - Tourisme »**

### **I - Contexte**

Les travaux sur la publicité du secteur « Transports-Voyages-Tourisme » s'inscrivent dans le prolongement de la réflexion qui a eu lieu dans le cadre du groupe de travail « Publicité de prix »<sup>1</sup>, qui avait volontairement écarté le secteur précité du champ d'application préconisé pour la Recommandation « Publicité de prix ».

En effet, les analyses de publicités avec prix et les auditions de professionnels concernés ont conduit le CPP, à cette époque, à faire le constat de problématiques spécifiques à ce secteur nécessitant d'être traitées de façon distincte, par exemple, au moyen d'un glossaire/lexique permettant d'harmoniser les termes/expressions utilisés, dans l'optique, alors relevée, de plus de transparence et de clarté dans les publicités par le vocable utilisé.

Le Groupe de travail « Publicité et Transport-Voyages-Tourisme » dont les travaux visent, dès lors, exclusivement ce secteur, a, depuis septembre 2012, procédé à l'examen de publicités de prix, quel que soit le support utilisé pour la diffusion, et a procédé à de nouvelles auditions. Il en est ressorti que le contenu des messages publicitaires de prix du secteur qui est lié à l'évolution des offres tarifaires du secteur dans leur mécanisme (s'adaptant en temps réel à l'offre et à la demande) et, leur construction (personnalisation, options, conditions, distribution, etc.) est hétérogène.

1

### **Dans ce contexte, le groupe de travail s'est intéressé :**

- Au vocabulaire utilisé, à la terminologie présente dans les communications du secteur, dans le but de demander aux professionnels d'encourager l'utilisation d'un champ de vocabulaire limité, pour désigner un même concept. A cette fin, le CPP préconise l'élaboration d'un glossaire.
- Et, au traitement de la présentation de l'offre, à sa clarté.

---

<sup>1</sup> Avis « Publicité de prix » adopté en mars 2011

## **II - Positions dégagées par le Groupe de travail**

L'objectif que les membres du groupe se sont fixés a été essentiellement de déterminer, à partir d'exemples concrets de publicités et d'auditions d'acteurs concernés, une liste non exhaustive de termes utilisés dans les communications du secteur, sachant qu'une distinction a été faite entre les mots qu'il conviendrait d'utiliser pour désigner un même concept, dans un but de simplification/harmonisation et, ceux qui nécessitent des précisions voire une vigilance particulière dans leur utilisation et ce, dans un but de clarté.

**De ce travail, le groupe a pu dégager les constats suivants :**

### **En préambule :**

- 1- Les catalogues appelés des brochures s'apparentent plus à de l'offre précontractuelle qu'à de la publicité. Au contraire, les offres sur les vitrines visibles de l'extérieur sont des publicités. Il a, dès lors, été convenu d'exclure du champ de réflexion du Groupe de travail les catalogues.
- 2- Même si cela sort du cadre de la publicité, le CPP tient à souligner qu'en application de l'article L.112-12 du Code Monétaire et financier, *des frais ne peuvent être appliqués pour l'utilisation d'un instrument de paiement donné.*
- 3- Même si l'on constate une certaine adaptabilité des consommateurs aux offres proposées, la pratique du prix dit « à partir de », s'il n'y a pas de proportion entre l'importance de l'action de promotion engagée et les quantités disponibles à la vente, peut dégrader la confiance de ces derniers dans ce type d'offre.

2

## **A - Simplification : terminologie à simplifier et/ou à harmoniser**

### **Terminologie relative au prix : Les frais**

**a - Dans la catégorie des coûts de distribution** (que l'on peut également appeler coûts de commercialisation).

Le CPP a pu constater l'utilisation de très nombreux termes différents pour désigner ces coûts.

**→ Dans un souci de simplification, il est préconisé que seuls les termes suivants puissent être retenus : Frais de services ou Frais d'agence ou Frais de commission ou Frais de dossier voire Frais de gestion.**

## **b- Dans la catégorie coûts relatifs à des prestations supplémentaires optionnelles**

Une distinction doit être faite entre les coûts de commercialisation / de distribution (cf. ci-dessus) et les **coûts relatifs à des prestations supplémentaires optionnelles** qui ne doivent pas être assimilés.

En effet, ces derniers sont liés à des prestations diverses comme les bagages en soute, par exemple, pour le transport aérien.

Pour désigner ces coûts liés à des prestations diverses, différents termes sont utilisés : Frais supplémentaires, Frais variables, Frais optionnels, Frais pour bagage en soute.

**→ Le CPP préconise que la formulation utilisée pour désigner ces coûts soit explicite, en faisant ressortir la prestation concernée et son caractère optionnel et, que le champ de vocabulaire à utiliser soit limité.**

## **B – Clarté : terminologie à préciser voire qui nécessite une vigilance particulière dans leur utilisation**

### **a – Terminologie relative au prix**

#### **1- Prix TTC**

Le prix TTC ne signifie pas Toute Taxe Comprise au sens de TVA (Taxe sur Valeur Ajoutée) comprise.

**En l'état, le CPP préconise que cela fasse l'objet de précision dans la future Recommandation et, le cas échéant, dans un glossaire.**

#### **2- Prix garanti**

Le fait que ce prix désigne un prix non révisable même en cas de hausse du prix du carburant n'étant pas très explicite, **le CPP préconise que ce terme fasse l'objet de précision dans la future Recommandation et, le cas échéant, dans un glossaire.**

#### **3- Prix final**

L'utilisation de ce qualificatif « final » peut laisser penser que le prix annoncé est celui que doit effectivement payer le consommateur (coût de distribution/de commercialisation compris) ou bien qu'il s'agit du prix charges comprises.

**En l'état, le CPP préconise que ce terme fasse l'objet de précision dans la future Recommandation et, le cas échéant, dans un glossaire.**

#### **4- Prix promo 1ères minutes**

Les membres du Groupe de travail ne considèrent pas ce qualificatif « 1ères minutes » très explicite.

**En l'état, le CPP préconise qu'il soit précisé dans la future Recommandation et, le cas échéant, dans un glossaire.**

#### **b-Terminologie relative au secteur du voyage**

##### **1- Durée du séjour (de telle date à telle date)**

La durée du voyage est, en principe, calculée depuis le jour de la convocation à l'aéroport de départ jusqu'au jour de retour et, les prix sont calculés par rapport à un nombre de nuitées.

Le CPP a noté que la durée d'un séjour et sa perception par le consommateur peuvent poser des difficultés de compréhension. En effet, la durée totale du voyage (transport compris) et le temps effectif passé sur place peuvent être différents.

**En l'état, afin d'avoir une information plus précise sur la durée effective des séjours, le CPP préconise soit, que les descriptions des durées de séjour soient accompagnées de la précision selon laquelle cette durée comprend le temps de transport, soit, dans un souci de clarté, de préciser le nombre de jours et le nombre de nuits au-delà de la durée du voyage (X jours/X nuits).**

4

##### **2- Départ garanti**

Cela signifie, en principe, un départ ferme quel que soit le nombre de participants, ce qui n'est pas forcément connu par les consommateurs non-utilisateurs habituels des voyages à forfait.

**Le CPP préconise que ce terme fasse l'objet de précision dans la future Recommandation et, le cas échéant, dans un glossaire.**

##### **3- *All inclusive*/Tout compris/Tout inclus**

Cette formule comprend, généralement, l'hébergement, les petits déjeuners, déjeuners, dîners et les boissons usuelles (eau minérale, jus de fruits, sodas, vins, alcools locaux) généralement de 10h à 22h. Certains alcools peuvent ne pas être compris dans la formule et faire l'objet d'une facturation par l'hôtelier.

**Le CPP préconise que, dans la mesure du possible, ces termes visent les mêmes prestations, quel que soit l'opérateur et, que les exclusions soient précisées.**

#### **4- Pension complète**

Cette formule comprend, généralement, l'hébergement, les petits déjeuners ainsi que les déjeuners et les dîners, sans les boissons.

**Le CPP préconise que ce terme fasse l'objet de précision dans la future Recommandation et, le cas échéant, dans un glossaire.**

#### **5- Demi-pension**

Cette formule comprend, généralement, l'hébergement, les petits déjeuners ainsi que les déjeuners ou les dîners selon les cas, sans les boissons.

**Le CPP préconise que, dans la mesure du possible, ces termes visent les mêmes prestations.**

#### **6- Petit-déjeuner**

Cette formule comprend, généralement, l'hébergement et le petit déjeuner.

**Le CPP préconise que, dans la mesure du possible, ces termes visent les mêmes prestations.**

5

### **c- Terminologie relative au secteur du transport**

#### **1- Vols directs *versus* vols sans escale**

Pour distinguer les vols dits "direct" des vols dits "sans escale", les professionnels veilleront à ce qu'il n'existe aucune ambiguïté. En effet, il a été relevé que les vols directs peuvent être continus ou comporter une ou plusieurs escales.

#### **2- Vols réguliers / charters / *low cost***

Il a été noté que les vols charters ne devaient pas être confondus avec les vols *low cost* (les vols des compagnies *low cost* sont des vols réguliers de compagnies à bas coûts et, les vols charters sont des vols non réguliers dits spéciaux en termes d'horaires et/ou de jours).

### **Vigilance particulière dans leur utilisation de certains termes**

D'une manière générale, le CPP demande à ce qu'il ne soit pas utilisé un acronyme lorsque ce dernier n'est pas rentré dans le langage courant.

Par exemple, l'acronyme APD pour exprimer « à partir de » n'est pas intelligible par les consommateurs, le public en général.

D'autres acronymes ont pu être identifiés, à savoir FSB et TFC qui signifient, respectivement, Frais de Séjour à Bord (frais relatifs à des croisières) et Tous Frais Compris (qui correspond au prix qui sera effectivement payé, frais de services inclus, sachant que l'annonce de ce prix n'est envisageable que si l'on connaît, par avance, les frais de distribution, ce qui n'est pas possible dans la plupart des cas).

Dans le même sens, VDM (Vente de Dernières Minutes, qui permet de bénéficier de meilleurs tarifs ou de meilleures conditions) et TCC (Toutes charges comprises) devraient être précisés.

### **III - De ces constats, le groupe de travail a pu dégager les recommandations suivantes :**

Le CPP demande à l'ARPP d'élaborer une Recommandation relative à la simplification et à la clarté de la présentation des offres dans les publicités du secteur « transports-Voyages-Tourisme ».

6

En ce sens, il encourage les professionnels, dans la mesure du possible, à élaborer un glossaire et, l'utilisation du champ de vocabulaire ci-dessous proposé, dans un souci d'harmonisation et de simplification.

Le CPP préconise également que cette Recommandation puisse inciter à préciser certains termes qui peuvent ne pas apparaître suffisamment intelligibles pour les consommateurs et d'éviter l'utilisation d'acronymes qui ne sont pas rentrés dans le langage courant.

Les acronymes couramment utilisés dans le secteur pourront être complétés des mots en entier qui correspondent aux initiales afin de les rendre encore plus connus du public et accessibles à ceux qui ne disposent pas des pré-acquis nécessaires pour en approcher le sens.

Sur les termes à préciser, le CPP demande aux professionnels qu'ils prennent soin de veiller à éviter l'ajout de mentions afin de ne pas aller vers une accumulation de mentions qui, en publicité, du fait de leur quantité, ne peut faciliter, pour les consommateurs, leur lisibilité et leur intelligibilité.

Enfin, le CPP souhaite sensibiliser les professionnels des secteurs du tourisme, du voyage et des transports sur l'impact que peut avoir la complexification des offres et des constructions tarifaires sur la clarté de la communication publicitaire. Dans ce contexte, il appelle à la vigilance les professionnels sur la nécessité d'apporter une attention particulière à l'élaboration des communications de prix.