

## LA LOI « TOURISME » DU 22 JUILLET 2009

VOYAGES À FORFAIT, COFFRETS CADEAUX, IMMEUBLES À TEMPS PARTAGÉ...

*La loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques, dite loi « tourisme », a été publiée le 24 juillet 2009. Elle s'articule autour de trois titres :*

- « moderniser la réglementation des professions du tourisme ». Il s'agit en premier lieu des agents de voyage, mais de nouvelles professions sont reconnues comme celles de moto-taxi ou d'émetteur de coffrets cadeaux;
- « moderniser l'offre touristique ». Les diverses mesures adoptées dans ce cadre vont de la réforme du classement des hôtels à la réduction du taux de la TVA pour les restaurateurs;
- « favoriser l'accès aux séjours touristiques » : la réglementation des chèques vacances est assouplie et les droits des acquéreurs de biens à temps partagé (« timeshare ») sont renforcés.

*Notre présentation se concentrera essentiellement sur la réforme des professions touristiques et sur les nouveaux droits des acquéreurs de biens à temps partagé.*

### I – LES PROFESSIONS TOURISTIQUES ET LA VENTE DE VOYAGES

La loi procède à une réécriture complète du livre II du code du tourisme : « Activités et professions du tourisme ». Son titre I<sup>er</sup>, précédemment intitulé « Organisation de la vente de voyages et de séjours », devient : « Des agents de voyage et autres opérateurs de la vente de voyages et de séjours ». Ses trois chapitres sont fondus en un chapitre unique, « Régime de la vente de voyages et de séjours », et les articles L. 211-1 à L. 211-23 remplacent les anciens articles L. 211-1 à L. 213-3.

Le nouveau texte reste largement identique au précédent, et les modifications adoptées portent essentiellement sur les conditions d'exercice de la profession. Elles ont donc un impact limité pour les consommateurs, sauf en ce qu'elles précisent la responsabilité des agences en ligne et reconnaissent une nouvelle activité : celle d'émetteur de coffrets cadeaux.

#### **Un régime unique d'autorisation : l'immatriculation**

La commercialisation de produits touristiques est réservée (sauf exceptions) aux personnes physiques et morales autorisées à exercer. Jusqu'à présent, la loi distinguait quatre catégories d'autorisation : les agences de voyage devaient justifier d'une *licence*; les associations à but non lucratif d'un *agrément*; les organismes locaux du tourisme (offices de tourisme, syndicats d'initiative...) d'une *autorisation*; les transporteurs de voyageurs, les gestionnaires d'hébergement classé ou d'activités de loisir d'une *habilitation*.

Pour des raisons de simplification, mais aussi pour satisfaire aux prescriptions de la directive « services »<sup>1</sup>, qui interdit de soumettre

<sup>1</sup> Directive 2006/123/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 relative aux services dans le marché intérieur; JOCE n° L 376 du 27 décembre 2006, p. 36 à 68; consultable via <eur-lex.europa.eu>.

l'exercice d'une profession à une autorisation administrative, ces quatre régimes ont été fondus en un seul. Les professionnels du tourisme sont désormais seulement tenus de demander leur immatriculation au registre tenu par le nouveau groupement d'intérêt économique baptisé «Atout France, agence de développement touristique de la France» (voir p. vi). Le nouveau texte est donc plus radical que l'ordonnance n° 2005-174 du 24 février 2005, relative à l'organisation et à la vente de voyages et de séjours, qui réduisait déjà à deux (licence et habilitation) le nombre d'autorisations d'exercer (voir encadré ci-contre).

### Des conditions d'exercice inchangées

Ces professionnels devront toujours bénéficier d'une garantie financière visant à garantir le remboursement des fonds versés par leurs clients, d'une assurance couvrant leur responsabilité civile, et d'une aptitude professionnelle. Une condition toutefois a été supprimée, toujours pour satisfaire à la directive «services» : les agents de voyage ne sont plus tenus d'exercer cette activité à titre exclusif.

### L'accès à la profession des professionnels européens

Au nom de la «*libre prestation des services*», posée par cette même directive, les professionnels du tourisme installés dans un pays de la Communauté européenne (CE) ou de l'Espace économique européen (EEE : les mêmes plus l'Islande, le Liechtenstein et la Norvège) doivent pouvoir proposer leurs services en France. De même, au nom de la «*liberté d'établissement*», les professionnels européens doivent pouvoir s'installer en France. Le code du tourisme précise à quelles conditions (articles L. 211-19 à L. 211-21).

#### La libre prestation des services

Les professionnels du tourisme européens établis dans un autre pays de la CE ou de l'EEE peuvent organiser ou vendre des voyages, séjours ou services touristiques sur le territoire national à une triple condition :

- ils ne peuvent exercer leur activité que de façon temporaire et occasionnelle;
- ils doivent être établis légalement dans leur pays, c'est-à-dire conformément à leur réglementation nationale. À défaut de réglementation spécifique, ils doivent y avoir exercé leur activité touristique pendant au moins deux ans au cours des dix dernières années;
- ils sont tenus de se déclarer auprès de l'agence de développement touristique Atout France, en justifiant de leur garantie financière et de leur assurance en responsabilité civile. Cette déclaration, qui doit être renouvelée chaque année, vaut alors inscription au registre d'immatriculation des agents de voyage.

#### La liberté d'établissement

Les professionnels européens qui souhaitent s'établir en France devront être immatriculés comme les nationaux et, pour cela, justifier d'une garantie financière et d'une assurance en responsabilité civile. Seule différence : leur aptitude professionnelle (expérience professionnelle ou diplômes) sera attestée par l'autorité compétente de leur État d'origine.

### La vente en ligne de voyages et de séjours

La section du code du tourisme intitulée «*Contrat de vente de voyages et de séjours*» est inchangée, la numérotation des articles étant seulement décalée d'un chiffre. Rien ne change donc

en ce qui concerne le champ d'application de la section, les informations préalables, le contenu du contrat, la cession du contrat, l'éventuelle révision des prix, ou les droits de l'acheteur en cas de modification des prestations, avant ou après le départ, ou d'annulation du voyage. Deux précisions sont toutefois apportées en ce qui concerne les agences en ligne.

### Les agences en ligne ne sont pas plus responsables que les autres

Rappelons que le vendeur de prestations touristiques répond de plein droit de la bonne exécution du contrat, que ses obligations soient à exécuter par lui-même ou par d'autres prestataires de services (article L. 211-17 devenu L. 211-16 du code du tourisme).

Mais la loi comporte une exception : l'agence de voyage ne répond pas des transporteurs lorsqu'elle vend des titres de transport aérien, ou d'autres titres de transport sur ligne régulière n'entrant pas dans un forfait touristique (article L. 211-18 devenu L. 211-17). En d'autres termes, lorsque l'agence vend des billets «secs», elle ne répond que de ses propres fautes.

Rien de nouveau, donc, sinon que la loi précise désormais qu'il en va ainsi, que les opérations aient été «*conclues à distance ou non*». Cette précision vise à lever une incertitude apparue avec la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN). Ce texte a posé le principe général de la responsabilité du vendeur à distance dans les termes suivants : «*Le professionnel est responsable de plein droit à l'égard du consommateur de la bonne exécution des obligations résultant du contrat conclu à distance, que ces obligations soient à exécuter par le professionnel qui a conclu ce contrat ou par d'autres prestataires de services, sans préjudice de son droit de recours contre ceux-ci*» (article L. 121-20-3 alinéa 4 du code de la consommation). Ce texte s'applique a priori à tout vendeur à distance, quel que soit le produit ou le service fourni, et quel que soit le mode de communication utilisé (voie postale, téléphone, Internet...). Les agences de voyage, en principe non responsables de l'exécution du contrat de transport lorsqu'elles vendent des billets «secs», devaient-elles désormais répondre des transporteurs (en cas de retard, de perte de bagage, d'accident, par exemple) lorsqu'elles vendaient ces billets par Internet? Les tribunaux appelés à statuer sur ce type de différend ont le plus souvent répondu par la négative, affirmant la primauté de la disposition du code du tourisme sur celle du code de la consommation, en application de la règle suivant laquelle les lois générales ne dérogent pas aux lois spéciales<sup>2</sup>. Cette solution est donc confirmée par la loi.

### Les agences sont responsables dans les limites prévues par les conventions internationales

Cette précision de l'article L. 211-16 nouveau du code du tourisme, qui rejoint ici encore la position des tribunaux<sup>3</sup>, devrait éviter certains contentieux : les agences de voyage engagent leur responsabilité «*dans la limite des dédommagements prévus par les conventions internationales*». Il serait anormal, en effet, que la responsabilité d'une agence soit engagée plus lourdement que celle du prestataire véritable. Si, donc, au cours d'un voyage en avion compris dans un forfait touristique, un voyageur est victime d'une perte de bagage ou d'une annulation de vol, il ne pourra prétendre à une indemnisation supérieure à celles prévues par la convention de Montréal ou le règlement européen du 11 février 2004 sur l'indemnisation et l'assistance des passagers en cas de refus d'embarquement, d'annulation ou de retard important de vol.

On remarquera toutefois que la loi n'évoque que le montant des dédommagements des conventions internationales, et non les

<sup>2</sup> Voir en particulier CA Paris 8<sup>e</sup> ch. A, 26 mars 2009, GO Voyages, RG n° 07/14823.

<sup>3</sup> Voir par exemple CA Colmar 3<sup>e</sup> ch. B, 4 juin 2003, Bull. info. Cass. du 15 octobre 2004, p. 40.

conditions de l'indemnisation. En conséquence, quels que soient les termes de la convention, l'agent de voyage reste responsable de plein droit et ne peut écarter sa responsabilité qu'en démontrant la faute de la victime, le fait du tiers étranger au contrat ou la force majeure.

### Une nouvelle profession touristique : émetteur de bons cadeaux ou coffrets cadeaux

La pratique des coffrets cadeaux se développe avec succès. Rappelons-en le montage : l'acheteur achète un bon d'échange pour une prestation d'un type donné (nuit d'hôtel, saut en parachute, cours de cuisine, thalassothérapie...) qu'il offre à la personne de son choix.

Mais que se passe-t-il en cas de défaillance du prestataire choisi? Pour l'heure, les conditions de vente de ces coffrets excluent que la responsabilité de l'émetteur puisse être engagée. Et que se passe-t-il lorsque l'émetteur fait faillite et que les prestataires, certains de ne pas être payés, refusent de fournir la prestation? La récente mise en liquidation de MagicDay a montré que les acheteurs étaient alors sans recours, tout comme les bénéficiaires du cadeau<sup>4</sup>.

La loi « tourisme » amorce un début de réglementation en vue d'apporter des garanties aux acheteurs. Pour cela, elle assimile aux agents de voyage les personnes physiques ou morales qui émettent des bons permettant d'acquitter le prix d'une prestation touristique quelconque ou d'un forfait touristique. Le vendeur final du coffret n'est pas concerné (article L. 211-2 g), il ne répondra donc – comme actuellement – que de ses propres fautes (la vente d'un coffret périmé, par exemple).

Ces mesures ne devraient logiquement entrer en vigueur qu'à la parution du décret d'application de la loi, et de l'arrêté fixant le montant minimum de la garantie financière qui sera exigée de ces professionnels.

#### Les mêmes obligations que l'agent de voyage...

Comme tout vendeur de prestations touristiques, l'émetteur de coffrets cadeaux devra être immatriculé et, pour cela, justifier d'une garantie financière destinée à garantir le remboursement des fonds perçus (en cas de faillite, par exemple) et d'une assurance garantissant les conditions pécuniaires de sa responsabilité civile professionnelle.

#### ... et les mêmes responsabilités

L'assimilation de l'émetteur à l'agent de voyage classique est totale : il répond de la bonne exécution des obligations du contrat, qu'elles soient à exécuter par lui-même ou par d'autres pres-

tataires ; et, lorsque la prestation consiste en un voyage (à l'exclusion des billets « secs ») ou un séjour, il doit fournir la même information préalable que tout vendeur de prestations touristiques.

Reste un sujet de perplexité : envers qui l'émetteur doit-il rendre compte de ses obligations? L'objectif poursuivi par les parlementaires est de protéger l'utilisateur (le bénéficiaire du cadeau), mais la loi ne connaît que l'« acheteur » effectif. C'est donc l'acheteur que l'émetteur doit informer en cas de modification du séjour, c'est l'acheteur qui peut céder son voyage, c'est envers l'acheteur encore que l'émetteur répond de la bonne exécution du contrat et des prestataires... Peut-être faut-il comprendre que le terme d'« acheteur » désigne successivement deux personnes : l'acheteur du coffret, aussi longtemps que le bénéficiaire n'aura pas contacté de prestataire, puis l'utilisateur effectif à compter de l'achat de la prestation qui sera payée avec ce bon. On aimerait que toute incertitude soit levée.

#### Des dispositions à compléter

Il est donc souhaitable que la législation soit complétée pour préciser les droits de l'utilisateur effectif. Mais elle devra l'être également pour couvrir toutes les prestations susceptibles d'être vendues sous cette forme. En effet, la loi ne concerne, pour l'heure, que les bons permettant d'acquitter une prestation touristique au sens du code du tourisme, ce qui laisse à l'écart toutes les activités de bien-être ou de loisir – à moins qu'elles ne soient comprises dans un forfait de plus de 24 heures incluant également une prestation touristique telle qu'une nuit d'hébergement.

#### Qu'est devenue l'ordonnance du 24 février 2005 ?

L'ordonnance du 24 février 2005 sur la vente de voyages et de séjours<sup>5</sup>, au nom de la simplification du droit, avait déjà modifié nombre de dispositions du code du tourisme, essentiellement les régimes d'autorisation et d'interdiction d'exercer. Ces modifications ne sont pas entrées en vigueur, le décret d'application n'ayant jamais été publié. Elles seraient aujourd'hui obsolètes : les unes, au regard des exigences de la directive « services » sur les autorisations d'exercer (voir pages précédentes); les autres, en raison de la refonte des incapacités et interdictions opérée par la loi du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (LME). Elles ont été, *de facto*, abrogées par la loi « tourisme » du 22 juillet 2009.

## II – LES BIENS À TEMPS PARTAGÉ (« TIMESHARE »)

La loi « tourisme » modifie :

- d'une part, les dispositions du code de la consommation relatives à la commercialisation des biens à temps partagé, pour les mettre en conformité avec la nouvelle directive 2008/122/CE du 14 janvier 2009, dite « timeshare »;
- d'autre part, la loi n° 86-18 du 6 janvier 1986 relative aux sociétés d'attribution d'immeubles en jouissance à temps partagé, pour améliorer les droits des associés.

### 1. LA COMMERCIALISATION DES CONTRATS

Depuis la première directive de 1994<sup>6</sup>, transposée en France par la loi du 8 juillet 1998<sup>7</sup> et intégrée au code de la consommation aux articles L. 121-60 à L. 121-76, de nouveaux produits de vacances sont apparus sur le marché, ainsi que de nouveaux contrats de commercialisation (échange, revente) non couverts par cette réglementation. La directive « timeshare » du 14 janvier 2009 visait

<sup>4</sup> Voir « L'éditeur de coffrets cadeaux MagicDay fait faillite, les clients sont floués », *INC Hebdo* n° 1531, p. 3.

<sup>5</sup> Ordonnance n° 2005-174 du 24 février 2005 relative à l'organisation et à la vente de voyages et de séjours, ratifiée par la loi n° 2006-437 du 14 avril 2006 portant diverses dispositions relatives au tourisme.

<sup>6</sup> Directive 94/47/CE du Parlement européen et du Conseil du 26 octobre 1994 concernant la protection des acquéreurs pour certains aspects des contrats portant sur l'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers.

<sup>7</sup> Loi n° 98-566 du 8 juillet 1998 portant transposition de la directive 94/47/CE.

à combler ces lacunes, mais aussi à harmoniser les législations nationales.

Le vote de la loi « tourisme » a été l'occasion de transposer cette directive dans des délais plus que raisonnables, puisque la date limite était fixée au 23 février 2011. Les dispositions adoptées consistent en une réécriture totale de la section du code de la consommation consacrée à la matière<sup>8</sup>.

Ces dispositions entrent en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2010.

## Les nouveaux contrats couverts par la loi

Actuellement, la réglementation s'applique :

– d'une part aux contrats d'utilisation de biens immobiliers à temps partagé, pour au moins trois ans ou pour une durée indéterminée;

– d'autre part aux contrats de souscription ou de cession de parts ou actions de sociétés d'attribution d'immeubles en jouissance à temps partagé, régis par la loi n° 86-18 du 6 janvier 1986.

À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010, elle s'appliquera toujours à ces derniers contrats, mais la définition des premiers est élargie : elle ne vise plus les seuls biens immobiliers, et d'autres biens comme les bateaux ou les mobile homes pourront être concernés; le droit de jouissance conféré devra seulement être supérieur à une année (articles L. 121-60 et L. 121-61 nouveaux du code de la consommation).

De plus, la réglementation s'appliquera également :

– au contrat de produit de vacances à long terme, défini comme un « *contrat d'une durée de plus d'un an par lequel un consommateur acquiert, à titre onéreux, un droit à hébergement pour une période déterminée ou déterminable assorti de réductions ou d'autres avantages ou services* ». Nous en reparlerons plus loin;

– au contrat de revente, c'est-à-dire au « *contrat de service par lequel un professionnel, à titre onéreux, assiste un consommateur en vue de la vente, de la revente ou de l'achat d'un droit d'utilisation de biens à temps partagé ou d'un produit de vacances à long terme* »;

– au contrat d'échange, « *contrat à titre onéreux par lequel un consommateur accède à un système d'échange qui lui permet, en contrepartie de son contrat d'utilisation de biens à temps partagé ou de son contrat de produit de vacances à long terme, d'accéder à la jouissance d'un autre bien ou à un autre hébergement ou à d'autres services* ».

## Une information préalable renforcée

Au moment de s'engager, le consommateur devra être en possession d'un maximum d'informations sur le produit proposé. Le code de la consommation se montrait déjà exigeant sur les mentions devant figurer dans l'offre préalable. Le nouveau texte les renforce et crée de nouvelles obligations.

### Une obligation d'indiquer clairement le but commercial de toute invitation à une manifestation relative à la promotion des contrats

Le temps est fini où le consommateur était invité à venir chercher un cadeau... et découvrait sur place qu'il devait au préalable se prêter à une démonstration de produits de tourisme : toute invitation à une manifestation ayant pour objet la vente ou la promotion d'un bien à temps partagé, de vacances à long terme ou d'un service portant sur un tel bien devra indiquer clairement le but commercial et la nature de cette manifestation. L'article L. 121-62 nouveau précise également que, pendant toute

la durée de cette manifestation, les informations préalables (voir ci-après) doivent rester à disposition du consommateur; et que « *les biens à temps partagé et produits proposés ne peuvent être présentés ni être vendus comme un investissement* ».

### Des formulaires d'information types

L'information préalable sur le bien ou le service proposé (désignation et description du bien, nature des droits conférés, durée...) sera donnée par écrit ou « *sur support durable aisément accessible* », et devra être conforme à un modèle standard qui sera pris par arrêté, à raison d'un modèle par type de contrat.

### Un rappel constant du droit de rétractation

Le consommateur ne devrait plus ignorer la possibilité de se désengager. En effet, le formulaire d'information préalable mentionnera le droit de rétractation, sa durée, ses modalités et ses effets, et l'interdiction des paiements pendant ce délai; avant la signature du contrat, le professionnel devra attirer son attention sur l'existence du droit de rétractation et sa durée, ainsi que sur l'interdiction d'un paiement d'avance; à la signature, le consommateur devra signer spécifiquement la ou les pages du contrat reprenant les mêmes informations.

### Un défaut d'information doublement sanctionné

Le défaut d'information préalable expose le professionnel à des sanctions pénales, comme c'est déjà le cas (article L. 121-79-2 nouveau), et il permet au consommateur de se rétracter dans des délais plus longs (voir ci-dessous).

### Les modalités de souscription changent

Jusqu'à présent, le professionnel remettait une offre signée, valable sept jours, que le consommateur contresignait, s'il l'acceptait, dans ce délai. À l'avenir, le professionnel remettra au consommateur, sur support papier ou sur tout autre support durable, le formulaire d'information évoqué plus haut et, simultanément ou non, une offre de contrat reprenant les informations portées au formulaire. Ce sont donc deux documents distincts, mais la loi est claire : les informations qui figurent sur la fiche d'information font partie intégrante du contrat, et le professionnel ne peut les modifier qu'en cas de force majeure ou par un accord formel avec le consommateur. La modification figure alors expressément au contrat (article L. 121-67 nouveau).

### Un délai de rétractation de quatorze jours

Le délai dont dispose le consommateur pour revenir sur son engagement n'est plus de dix jours, mais de quatorze. Ce délai court du jour de la conclusion du contrat, ou « *du jour de sa réception, si cette réception est postérieure au jour de la conclusion dudit contrat* », cette seconde hypothèse pouvant correspondre au cas où le contrat aura été signé à distance. Mais lorsque le consommateur n'aura pas reçu le formulaire de rétractation, ou les informations légales évoquées plus haut, cette durée et son point de départ seront différents.

• **Le formulaire de rétractation n'a pas été remis au consommateur?** Le délai de rétractation est suspendu. Si ce formulaire est remis dans l'année suivant le jour de la conclusion du contrat ou de sa réception, le délai de quatorze jours court à compter du jour de la réception ou de la remise dudit formulaire. L'hypothèse où le formulaire est remis plus tardivement encore n'est pas envisagée par la loi, mais on comprend que, passé ce délai d'un an, aucune régularisation par le professionnel n'est plus possible : le consommateur peut résilier à tout moment.

<sup>8</sup> Section désormais intitulée « Contrats d'utilisation de biens à temps partagé, contrats de produit de vacances à long terme, contrats de revente et contrats d'échange ».

• **Le consommateur n'a pas reçu les informations légales en temps utile?** Les quatorze jours courent à compter du jour où celles-ci lui seront effectivement transmises. Et si la transmission a lieu plus de trois mois après la conclusion ou la réception du contrat, le délai sera de trois mois et quatorze jours, à compter toujours de la réception ou de la remise des informations légales.

### **L'interdiction des paiements d'avance**

Ce n'est pas nouveau : le professionnel ne peut demander ou recevoir aucun paiement avant l'expiration du délai de rétractation ; mais la loi précise désormais la nature des paiements interdits : avance, constitution de garanties, reconnaissance de dettes, réserve d'argent sur des comptes ou toute autre rémunération pour lui ou pour des tiers.

Ce n'est pas nouveau non plus : le droit de rétractation s'exerce sans indemnité ni frais ; mais alors que l'ancien texte précisait « à l'exception éventuelle des frais tarifés nécessairement engagés », ce qui visait les frais d'huissier ou de notaire, le nouveau texte précise « y compris ceux afférents à d'éventuels services fournis avant l'exercice de son droit de rétractation ».

### **Les effets de la rétractation**

Outre la résiliation du contrat principal, sans frais, l'exercice du droit de rétractation entraîne automatiquement :

- la résiliation de tous les contrats accessoires à ce contrat (y compris le contrat d'échange), que les services objets de ces contrats soient fournis par les professionnels ou par des tiers sur la base d'un accord entre ces tiers et les professionnels ;
- la résiliation, sans frais ni indemnité, du contrat de crédit souscrit pour acquitter tout ou partie du prix, du moins lorsque le contrat principal est un contrat d'utilisation de biens à temps partagé, un contrat de produit de vacances à long terme, de vente ou d'échange.

### **Les contrats de produit de vacances à long terme**

Le signataire d'un contrat de ce type se voit réserver pour plusieurs années un hébergement à des conditions préférentielles pour une période déterminée ou déterminable. Ces contrats à titre onéreux ne doivent pas être confondus avec les programmes de fidélisation, qui procurent le même type d'avantage mais gratuitement. Il ne semble pas qu'ils soient proposés en France comme ils le sont en Espagne. Pourtant, ils sont désormais soumis à la législation sur les contrats de biens à temps partagé, conformément à la directive, et font l'objet de deux mesures spécifiques (article L. 121-76 nouveau du code de la consommation).

La première mesure concerne le paiement : celui-ci doit respecter un calendrier auquel il est interdit de déroger ; les paiements sont divisés en annuités égales ; à partir de la deuxième annuité, professionnel et consommateur peuvent convenir de l'indexation du prix sur la base d'un indice en lien avec l'objet du contrat.

La seconde disposition permet au consommateur, à partir de la deuxième annuité, de mettre fin au contrat sans pénalités en donnant un préavis au professionnel dans un délai de quatorze jours suivant la réception de la demande de paiement pour chaque annuité.

## **2. LES DROITS DES ASSOCIÉS DANS LES SOCIÉTÉS D'ATTRIBUTION D'IMMEUBLES EN JOUISSANCE À TEMPS PARTAGÉ**

La loi n° 86-18 du 6 janvier 1986 relative aux sociétés d'attribution d'immeubles en jouissance à temps partagé est modifiée, d'une part pour permettre aux associés d'exercer effectivement leurs droits sur le fonctionnement de la société, d'autre part pour leur permettre de quitter plus facilement la société.

Ces modifications sont d'application immédiate.

### **Le renforcement des droits des associés**

En théorie, les associés participent aux décisions engageant la société, en particulier à la nomination et à la révocation du gérant. Dans la réalité, ils ne sont pas en mesure d'exercer ces prérogatives, en raison notamment de leur éparpillement et de leur anonymat.

Pour rééquilibrer ce rapport entre associés et société, trois mesures ont été prises :

- le mandat du ou des gérants est limité à trois ans (article 5 modifié de la loi du 6 janvier 1986). Le renouvellement de son mandat sera donc périodiquement inscrit à l'ordre du jour de l'assemblée générale, ce qui n'est pas le cas actuellement ;
- les comptes sociaux sont communiqués à tout associé qui en fait la demande dans les quinze jours précédant l'assemblée générale (article 13 de la loi du 6 janvier 1986) ;
- tout associé peut, à tout moment, demander communication de la liste des noms et adresses des autres associés ainsi que de la répartition des parts sociales et des droits en jouissance qui y sont attachés (même article).

### **Un retrait facilité**

Suivant l'article L. 212-9 du code de la construction et de l'habitation, les associés de sociétés d'attribution de biens en jouissance ne peuvent se retirer de la société. Ils ne peuvent pas même y être autorisés par décision de justice pour motif légitime comme le prévoit l'article 1986 du code civil, inapplicable à ces sociétés<sup>9</sup>.

Jusqu'à l'entrée en vigueur de la loi « tourisme », la seule possibilité pour un associé de se désengager de la société était donc de vendre ses parts. Et, faute de trouver acquéreur, il se voyait contraint de payer indéfiniment des charges très élevées, comme cette personne évoquée par un sénateur et qui avait hérité de deux semaines par an dans une station de montagne, au moment où la station était fermée<sup>10</sup>.

Désormais, avec l'article 19-1 nouveau de la loi du 6 janvier 1986, un associé pourra se retirer totalement ou partiellement de la société :

- soit après autorisation donnée par une décision unanime des associés, ce qui semble irréalisable ;
- soit après avoir demandé et obtenu cette autorisation par décision de justice « pour justes motifs ». La loi cite deux exemples de justes motifs : la transmission des parts ou actions par succession depuis moins de deux ans, ou encore le fait de ne plus jouir du bien en raison de la fermeture ou de l'inaccessibilité de la station ou de l'ensemble immobilier concerné. Ces motifs sont donc légalement justes, mais d'autres circonstances pourront être invoquées.

<sup>9</sup> Cass. civ. III, 29 mai 2002, pourvoi n° 00-20619, *Bull. civ.*

<sup>10</sup> QR n° 05322, *JO Sénat*, 19 février 2009, p. 449.

### III – AUTRES DISPOSITIONS

#### **L'extension des chèques-vacances (art. L. 411-1 à L. 411-21 du code du tourisme)**

Les chèques-vacances rencontrent peu de succès auprès des petites et moyennes entreprises non dotées d'un comité d'entreprise, en raison de la complexité de la réglementation. Pour assurer leur développement, les entreprises de moins de cinquante salariés pourront désormais en confier la promotion et la commercialisation à l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV) ; les chefs de ces entreprises en deviennent bénéficiaires potentiels. Le nombre des bénéficiaires devrait par ailleurs s'accroître, puisqu'ils comptent désormais les partenaires de Pacs des salariés, mais surtout en raison de la suppression de la condition de ressources posée par l'article L. 411-4.

#### **Les véhicules de tourisme avec chauffeur (art. L. 231-1 à L. 231-4 du code du tourisme)**

On ne parle plus désormais de «voiture de grande remise», mais de «voiture de tourisme avec chauffeur». Cette activité n'est plus subordonnée à une licence, mais à une simple immatriculation. Rappelons que, à la différence des taxis, ces voitures ne peuvent pas stationner sur la voie publique, sauf en cas de réservation préalable, et que le tarif de la course est négocié à l'avance avec le client, et non tarifé.

#### **Les motos-taxis (art. 5 de la loi du 22 juillet 2009)**

Le terme de «motos-taxis» communément utilisé pour désigner cette activité est impropre, car la réglementation qui la régit désormais les rapproche davantage des véhicules avec chauffeur (voir ci-dessus) que des taxis : le prix de la course en moto ou en tricycle est fixé à l'avance entre les parties ; le véhicule ne peut ni stationner, ni circuler sur la voie publique en quête de clients, ni stationner aux abords des gares et aéroports, sauf si le chauffeur justifie d'une réservation préalable. Les entreprises devront disposer de chauffeurs qualifiés et de véhicules adaptés, dans des conditions qui seront précisées par décret, mais elles ne seront pas soumises à d'autres exigences. C'est donc une réglementation de service *a minima*.

#### **Les offices de tourisme (art. L. 133-3 et L. 133-10-1 du code du tourisme)**

Pour commercialiser des prestations touristiques, les offices devront, comme les autres professionnels du tourisme, être immatriculés et non plus justifier d'une autorisation. Ils pourront également être classés, dans des conditions qui seront fixées par décret.

#### **Un nouvel acteur : «Atout France, agence de développement touristique de la France» (art. L. 141-2 et L. 141-3 du code du tourisme)**

Atout France n'est pas tout à fait nouveau, puisqu'il résulte de la fusion de deux organismes : Odit France, plate-forme d'expertise, d'études, d'analyses et de conseils auprès des acteurs publics et privés du tourisme en France et à l'international, et la Maison de la France, chargée de la promotion du tourisme en France. Atout France assurera, sous la tutelle du ministre chargé du tourisme, les missions autrefois confiées à ces deux structures.

Mais cet organisme sera également chargé d'une fonction spécifique : instruire les demandes d'immatriculation et assurer l'enregistrement des professionnels du tourisme : agences de voyage, associations touristiques, émetteurs de coffrets cadeaux, exploitants de voiture de tourisme avec chauffeur...

#### **Le classement des hôtels de tourisme (art. L. 311-6 à L. 311-8 du code du tourisme)**

L'évolution la plus significative du classement hôtelier ne résulte pas de la loi «tourisme» mais de l'arrêté du 22 décembre 2008<sup>11</sup> qui a modifié les normes de classement de l'arrêté du 14 février 1986, jugées obsolètes. Ce texte, entré en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2009, fait disparaître le «sans étoile» et crée une cinquième étoile, à l'instar de ce qui se pratique dans de nombreux pays. Il fixe un nouveau référentiel dont les critères, trois fois plus nombreux qu'auparavant, ont été adaptés aux exigences actuelles : accès à Internet, qualité du service, environnement et développement durable...

Certains de ces critères sont impératifs ; les autres, lorsqu'ils sont satisfaits, se traduisent par un nombre de points dont le total conditionne le classement de l'hôtel. Les hôtels ne sont donc plus tenus de répondre à tous les critères exigés pour une catégorie – ce qui interdisait par exemple à un hôtel de grand confort d'obtenir la troisième étoile quand il ne disposait pas d'un hall de 30 mètres carrés...

Ce que change la loi «tourisme», c'est la procédure de classement (article L. 311-6 nouveau du code du tourisme). Jusqu'à présent, ce classement était pris par le préfet, sur la base de la déclaration de l'exploitant, après avis de la commission départementale de l'action touristique (article D. 311-10 du même code). À l'avenir, l'exploitant qui demandera le classement de son établissement (ce qui est désormais facultatif) produira un certificat de visite établi par un organisme évaluateur accrédité par le Comité français d'accréditation (Cofrac). Le classement sera toujours pris par arrêté préfectoral, mais le rôle du préfet et de ses services sera donc très limité. À noter que le classement n'est plus acquis pour une durée illimitée, mais pour cinq ans.

Cette nouvelle procédure entre en vigueur à une date fixée par décret et au plus tard six mois après la promulgation de la loi.

#### **La baisse de la TVA dans la restauration (art. 279 m du code général des impôts)**

La nouvelle a été abondamment commentée : depuis le 1<sup>er</sup> juillet, «les ventes à consommer sur place à l'exclusion de celles relatives aux boissons alcooliques» ne sont plus soumises au taux de TVA de 19,6 % mais au taux réduit de TVA de 5,5 %

En contrepartie de cette baisse, les restaurateurs ont pris des engagements dans le cadre du contrat d'avenir signé par les organisations professionnelles du secteur le 28 avril 2009<sup>12</sup>. Les premiers de ces engagements concernaient les consommateurs, les professionnels de la restauration traditionnelle s'engageant à répercuter intégralement cette baisse, non sur la facture finale, mais sur au moins sept des dix produits suivants : entrée, plat chaud (viande ou poisson), plat du jour, dessert, menu entrée-plat, menu plat-dessert, menu enfant, jus de fruit ou soda, eau minérale, thé, café ou infusion. Ce contrat comportait en outre des engagements envers les salariés, l'emploi et la modernisation des entreprises.

<sup>11</sup> Arrêté du 22 décembre 2008 fixant les normes de classement des hôtels de tourisme (JO du 1<sup>er</sup> janvier 2009).

<sup>12</sup> En ligne sur <www.baisse-tva-restauration.fr/contrat\_avenir.pdf>.

## Suppression du classement de restaurants de tourisme

Le classement «restaurant de tourisme» disparaît. Il semble que ce classement, qui n'apportait pas de réelles garanties aux clients et que peu de bénéfice aux restaurateurs, était de fait inusité.

## Les meublés de tourisme et chambres d'hôtes (art. L. 324-4 et L. 324-1-1 du code du tourisme)

Depuis le 5 août 2007<sup>13</sup>, les chambres d'hôtes doivent être déclarées en mairie. Le nouveau texte rappelle cette obligation et en crée une similaire pour les meublés de tourisme. Un texte d'application devra être pris pour préciser le contenu des informations à fournir par le déclarant, à l'instar de ce que prévoit l'article D. 324-15 pour les chambres d'hôtes.

## Le statut des déménageurs

Cette disposition surprend dans un texte sur le tourisme. En fait, les parlementaires ont profité de l'occasion pour réparer sans attendre les conséquences involontaires d'une disposition votée quelques semaines plus tôt.

En effet, la loi n° 2009-526 du 12 mai 2009 de simplification et de clarification du droit et d'allègement des procédures avait fait sortir les déménageurs et les contrats de déménagement du champ d'application de la loi d'orientation des transports intérieurs (Loti<sup>14</sup>). Le but était louable : empêcher que les clients

de ces entreprises ne se voient opposer le délai de trois jours, applicable à tout transport de marchandises, pour réclamer en cas de perte ou d'avarie. Mais la disposition avait également pour résultat d'exclure les déménageurs du statut de transporteur routier de marchandises, fragilisant ainsi toute la profession.

Tout est réparé : les déménageurs réintègrent la Loti dans les articles 5, 8, 9, 12 et 37 ; et le premier alinéa de l'article L. 133-3 du code de commerce, qui limite à trois jours le délai de réclamation contre un transporteur, est complété de la phrase suivante : « *Ce délai de trois jours ne s'applique pas aux prestations de déménagement.* » Une réclamation au-delà de ce délai reste donc possible.

**Marie-Odile Thiry-Duarte**

<sup>13</sup> Date d'entrée en vigueur du décret n° 2007-1 173 du 3 août 2007 relatif aux chambres d'hôtes et modifiant le code du tourisme.

<sup>14</sup> Loi n° 82-1 153 du 30 décembre 1982.