



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Commission d'Évaluation et
de Contrôle de la Médiation
de la Consommation



CECMC
RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2019-2021

Ce rapport est présenté en application de l'article R. 615-9 du code de la consommation aux termes duquel « La commission publie sur son site internet, tous les quatre ans, un rapport sur l'évolution et le fonctionnement des médiations de la consommation et le communique à la Commission européenne. Ce rapport contient : 1° Le recensement des bonnes pratiques des médiateurs ; 2° Les dysfonctionnements des processus de médiation relevés à l'aide de statistiques ; 3° Des recommandations en vue de l'amélioration du fonctionnement effectif des médiations et de l'efficacité des médiateurs ».



**M. Marc
EL NOUCHI**
Conseiller d'État
Président de la
CECMC

Parce qu'elle tend à pacifier les relations commerciales entre professionnels et consommateurs et qu'elle touche à des litiges du quotidien, la médiation de la consommation a assurément un bel avenir.

La CECMC veille à ce que son développement respecte les exigences et garanties de qualité spécifiques prévues par le législateur en transposition d'une directive européenne. Après s'être attachée, à partir de 2016, à ce que des médiateurs de la consommation soient mis en place dans tous les secteurs économiques, la CECMC est entrée depuis 2019 dans une nouvelle phase d'évaluation et de contrôle tendant à vérifier que le droit des consommateurs à recourir en cas de besoin à un dispositif de médiation soit effectivement garanti.

Le premier bilan que nous tirons de cette phase est porteur d'espoir : le nombre des saisines a progressé de plus de 60 % entre 2017 et 2020 ; le taux de refus d'entrée en médiation de la part de professionnels est faible ; le nombre de médiations menées à leur terme au profit de consommateurs progresse ; la médiation d'entreprise, qui préexistait à la mise en place du cadre juridique actuel, s'est progressivement acclimatée à celui-ci ; l'équité trouve davantage

sa place au côté du droit dans les propositions de solution des litiges formulées par les médiateurs ; de grandes collectivités territoriales envisagent de mettre en place des médiateurs de la consommation, ce qui permettrait d'ancrer positivement ce dispositif localement au plus près des citoyens.

Néanmoins, la médiation de la consommation demeure globalement sous-utilisée et certaines faiblesses ou résistances culturelles doivent être encore surmontées. Le taux d'irrecevabilité des saisines demeure important. Certaines professions n'ont pas encore satisfait à l'obligation légale de mettre en place un dispositif de médiation au profit de leurs clients ; dans certains secteurs, comme celui des métiers de l'automobile, les consommateurs sont de fait privés de la possibilité de ce recours amiable, nonobstant les efforts des fédérations professionnelles et des médiateurs ; de façon générale, les professions réglementées (notaires, avocats, architectes notamment) ont tendance à traiter les litiges dans le cadre de procédures internes ne présentant pas les mêmes garanties d'indépendance et d'impartialité que la médiation de la consommation.

Partant de ce constat, le présent rapport est assorti de vingt propositions d'amélioration du dispositif qui s'inspirent de plusieurs préoccupations : faciliter la mise en place par toutes les entreprises, et notamment les plus petites d'entre elles, d'une médiation de la consommation ; supprimer les freins qui entravent l'accès des consommateurs à un tel dispositif ; renforcer les garanties d'indépendance des médiateurs d'entreprises, qui représentent 40 % des médiateurs référencés par la CECMC et constituent également pour la Commission européenne un point de vigilance particulier de notre dispositif national ; faire en sorte que le processus de médiation soit plus fluide et plus transparent.

Nous souhaitons que ces propositions soient le support d'une large concertation avec tous les acteurs concernés ce qui serait le gage de leur bonne mise en œuvre.

Si la CECMC a dû, dans le cadre de son programme de contrôle, retirer son référencement à deux entités de médiation dont le mode de fonctionnement et les pratiques ne respectaient ni la lettre ni l'esprit du dispositif, elle conçoit d'abord son rôle comme celui d'un soutien et d'un accompagnement des médiateurs dans leurs tâches, au plus près de leurs préoccupations comme ce fut le cas durant la crise sanitaire, et sans jamais perdre de vue que cette possibilité d'un traitement amiable des litiges a été conçue par le législateur européen pour protéger les consommateurs dans leurs relations avec les professionnels. C'est précisément pour donner des garanties homogènes à ces derniers et des références harmonisées aux 91 médiateurs référencés que la CECMC a élaboré et mis à la disposition de tous un recueil de ses principales décisions de principe, notamment lorsqu'il est apparu que la pratique éprouvait le droit ou conduisait à solliciter l'esprit au-delà de la lettre.

J'ai déjà dit que ces premières années de mise en œuvre du dispositif mis en place en 2016 laissait espérer de sa réussite, d'autant que la médiation de la consommation rencontre l'intérêt bien compris à la fois des consommateurs et des professionnels. Je veux croire que le dialogue très constructif que la CECMC a noué avec les médiateurs y contribuera, notre volonté commune étant d'ancrer durablement la médiation de la consommation dans une pratique commerciale normale, confiante et apaisée.

6 LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

- 8 Un champ d'application très large
- 8 Une médiation conventionnelle spécifique

10 UN DISPOSITIF AU SERVICE DE LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS

- 10 L'intervention de **Mme Virginie Beaumeunier**, directrice générale de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)

12 LA COMMISSION D'ÉVALUATION ET DE CONTRÔLE DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION (CECMC)

- 12 Sa double mission
- 12 Sa composition
- 12 Son fonctionnement
- 13 Les membres
- 13 Le secrétariat

14 UN DISPOSITIF HARMONISÉ AU PLAN EUROPÉEN

- 14 Les perspectives européennes
 - **Mme Marie-Paule Benassi**, chef d'unité, recours et mise en œuvre du droit des consommateurs - Commission européenne
- 15 La plateforme européenne de résolution en ligne des litiges (RLL)
 - **Mme Camille Bertrand**, juriste au Centre européen de la consommation (CEC), conseillère du point de contact français
- 16 L'Union européenne finance des actions de sensibilisation à la médiation de la consommation
 - Le projet porté par l'association **Atlantique médiation**

17 LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION S'INSCRIT DANS UN PAYSAGE DES MODES ALTERNATIFS DE RÉOLUTION DES LITIGES EN PLEINE EXPANSION

- 17 La tentative obligatoire de règlement amiable préalablement à la saisine du juge judiciaire et le processus de certification des services en ligne de conciliation, de médiation et d'arbitrage
 - **M. Jean-François de Montgolfier**, directeur des affaires civiles et du Sceau (DACs)
- 18 Le développement de la médiation administrative
 - **M. Amaury Lenoir**, délégué national à la médiation pour les juridictions administratives
- 20 La création des médiateurs territoriaux
 - **M. Christian Leyrit**, président de l'Association des médiateurs de collectivités territoriales

22 BILAN D'ACTIVITÉ

24 L'ACTIVITÉ DE LA CECMC

- 24 Les chiffres clés au 31 juillet 2021
- 24 La répartition des 91 médiateurs de la consommation selon la catégorie de médiation
- 25 Les secteurs économiques couverts

26 L'ACTIVITÉ DES MÉDIATEURS DE LA CONSOMMATION

- 26 La répartition des saisines
- 26 Les motifs d'irrecevabilité
- 27 Les saisines recevables
- 27 Les délais moyens de traitement
- 27 Les résultats 2020 selon la catégorie de médiation de la consommation

28 LES TÉMOIGNAGES DE MÉDIATEURS

- 28 L'expérience de la médiatrice des communications électroniques (MCE) : **Mme Valérie Alvarez**
- 30 L'expérience du médiateur national de l'énergie (MNE), médiateur public : **M. Olivier Challan-Belval**

32 UNE ACTIVITÉ AFFECTÉE EN 2020 PAR LA PANDÉMIE

- 32 Au niveau européen :
 - **Mme Marie-Paule Benassi**, chef d'unité, recours et mise en œuvre du droit des consommateurs - Commission européenne
- 33 Au niveau national :
 - **M. Jean-Pierre Teyssier**, médiateur du tourisme et du voyage (MTV)

34 L'ÉVALUATION ET LE CONTRÔLE DES ENTITÉS RÉFÉRENCÉES PAR LA CECMC

36 LE PROGRAMME MIS EN PLACE PAR LA CECMC

36 LES DÉCISIONS DE RETRAIT

36 LES OUTILS CRÉÉS PAR LA CECMC ET LES ACTIONS DE VALORISATION DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

36 Recueil des principales décisions

37 La perception de l'intérêt de la mise en place de ce recueil

• **Mme Sabine Desvaux**, professeur des universités - Université d'Angers, membre de la CECMC

• **Mme Christine Barattelli**, directrice de mission - direction juridique du MEDEF, membre de la CECMC

• **M. Alain Bazot**, président de l'UFC-Que Choisir, membre de la CECMC

38 Le site internet de la CECMC

38 Les actions de valorisation de la médiation de la consommation

40 LES PROPOSITIONS D'ÉVOLUTION DU CADRE JURIDIQUE DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

42 APRÈS CINQ ANS DE MISE EN ŒUVRE, LE DISPOSITIF DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION DOIT ÉVOLUER POUR SE DÉVELOPPER

42 **Mme Édith Sudre**, conseillère à la Cour de cassation, vice-présidente de la CECMC

44 LE CONSTAT

44 Les silences de la loi :

• **M. Jean-Pierre Pizzio**, médiateur du commerce et de la distribution – président de la Commission paritaire de médiation de la vente directe – président de la Commission paritaire de médiation de la franchise

47 LES PROPOSITIONS D'ÉVOLUTION DU CADRE JURIDIQUE

47 Faciliter la mise en place de la médiation de la consommation auprès de tous les professionnels

47 Faciliter l'accès des consommateurs à la médiation de la consommation en supprimant les freins

48 Renforcer l'indépendance des médiateurs de la consommation

48 Favoriser des processus de médiation efficaces et transparents

49 Harmoniser les règles s'appliquant aux médiateurs publics

49 Protéger le statut du médiateur de la consommation

50 LES EXPÉRIENCES ÉTRANGÈRES

52 L'expérience de la Suède : **Mme Linda Utterberg**, conseillère, ministère des finances, direction de la politique des consommateurs

53 L'expérience de l'Allemagne : **M. Felix Braun**, directeur de la « Universalschlichtungsstelle des Bundes », entité résiduelle

56 La place du règlement extrajudiciaire des litiges (REL) au plan international :

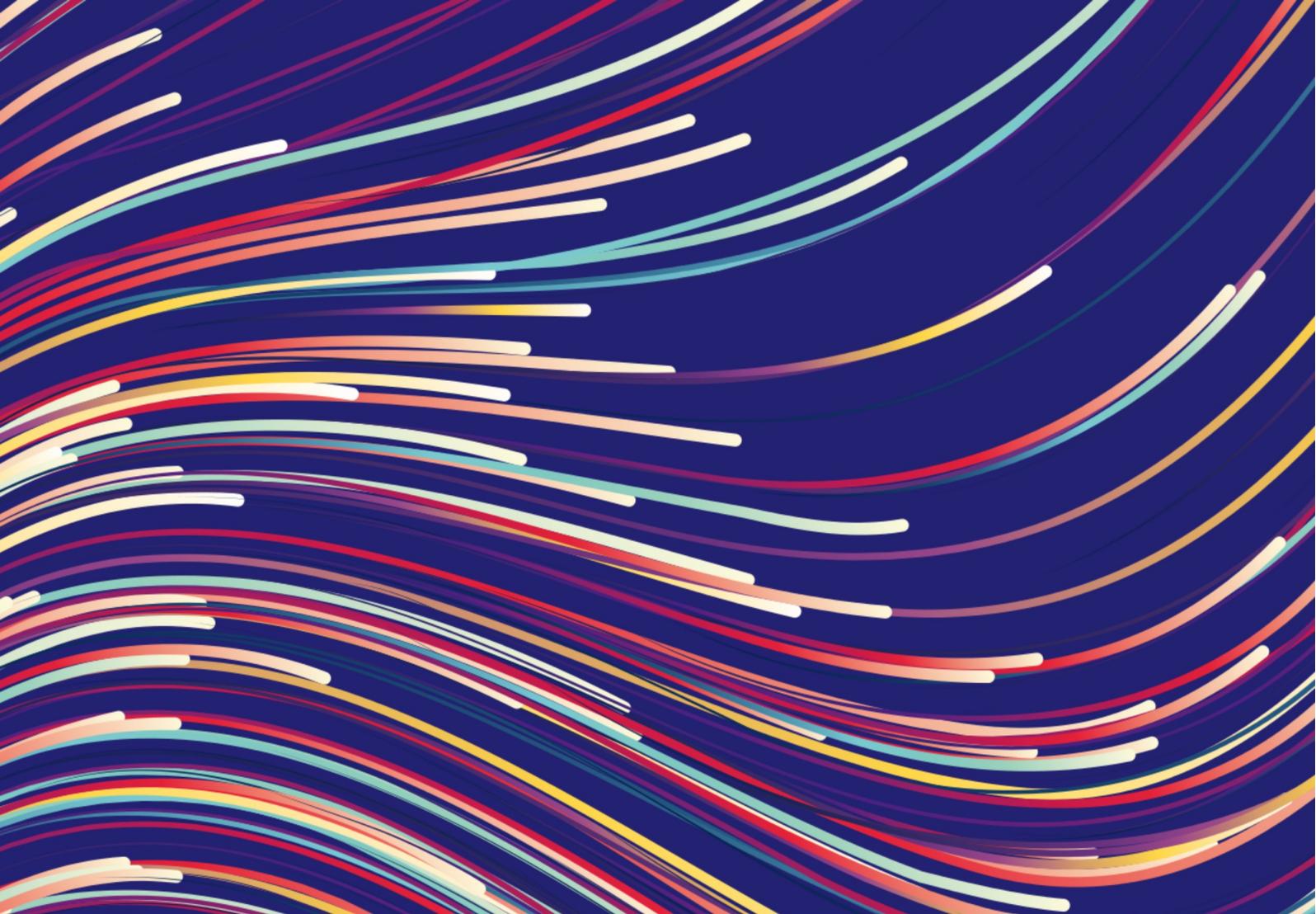
Mme Teresa Moreira, chef des politiques de concurrence et de protection des consommateurs, division du commerce internationale et des produits de base, conférence des nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED)

58 ANNEXES

60 VOUS ÊTES UN CONSOMMATEUR : QUE FAIRE ?

63 VOUS ÊTES UN PROFESSIONNEL : QUELLE EST VOTRE SITUATION ? QUELS SONT VOS DEVOIRS ET OBLIGATIONS ?

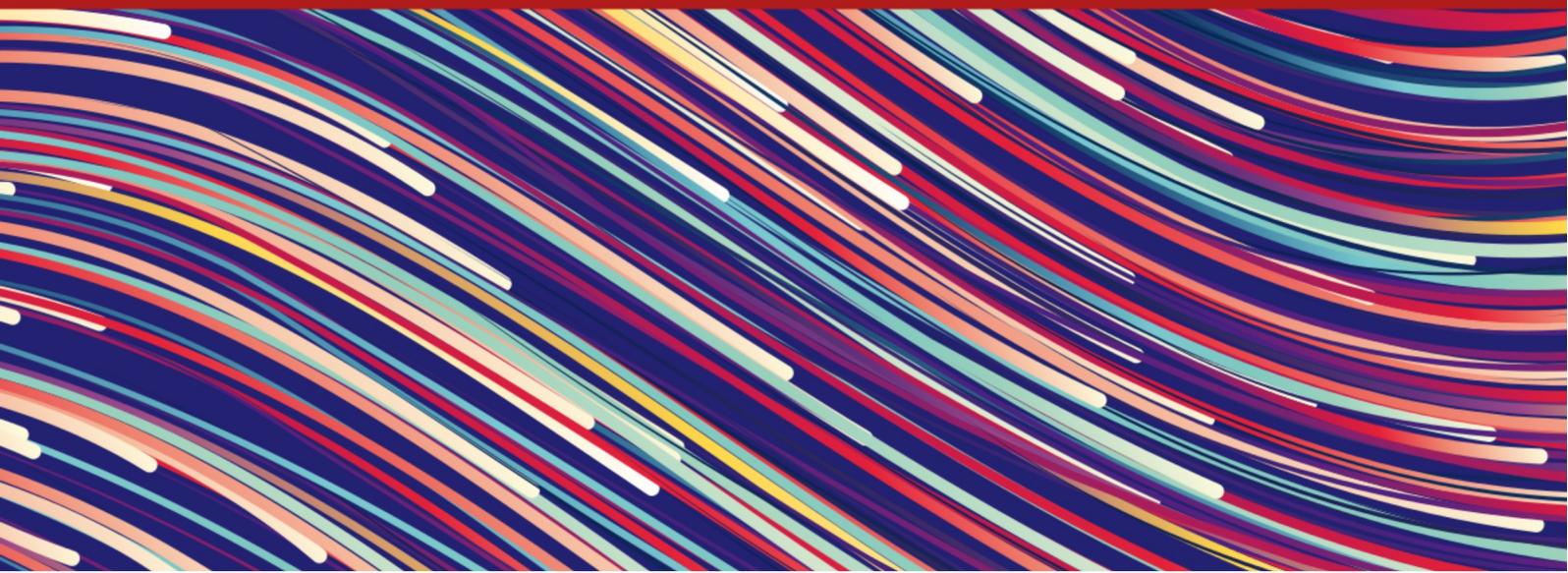
65 LES TEXTES APPLICABLES



LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

7

Rapport
d'activité
de la
CECMC
2019-2021



L'article L. 611-1 du code de la consommation définit la médiation de la consommation comme « un processus de médiation conventionnelle, tel que défini par l'article 21 de la loi n° 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et de la procédure civile, pénale et administrative », c'est-à-dire « un processus structuré, quelle qu'en soit la dénomination, par lequel deux ou plusieurs parties tentent de parvenir à un accord en vue de la résolution amiable de leurs différends, avec l'aide d'un tiers, le médiateur, choisi par elles ».

L'accès à la médiation de la consommation est un droit reconnu à tout consommateur, le premier alinéa de l'article L. 612-1 du même code disposant à cet égard que : « tout consommateur a le droit de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel. À cet effet, le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation ».

La médiation de la consommation est un processus de règlement de litiges alternatif à l'action judiciaire souvent plus longue et coûteuse. Pour les litiges de consommation inférieurs à 5 000 euros (à l'exception des litiges relatifs au crédit à la consommation et au crédit immobilier), elle constitue même un préalable à l'intervention du juge.

UN CHAMP D'APPLICATION TRÈS LARGE

Selon l'article L. 611-1 du même code, entrent dans ce champ « les litiges de nature contractuelle entre un consommateur et un professionnel portant sur l'exécution d'un contrat de vente ou de fourniture de services, lorsqu'au moment de sa conclusion, le consommateur réside dans le même État membre que celui du lieu d'établissement du professionnel ».

Les litiges ne remplissant pas ces critères peuvent faire l'objet d'une médiation conventionnelle classique, telle que prévue par le code de procédure civile, ou d'une conciliation.

L'article L. 611-4 du même code n'exclut du champ de la médiation de la consommation que les services « non économiques d'intérêt général » (qui recouvrent en France les services publics) ; les services de santé ; les prestataires publics de l'enseignement supérieur.

UNE MÉDIATION CONVENTIONNELLE SPÉCIFIQUE

La médiation de la consommation emprunte pour bonne part à la médiation conventionnelle.

Il s'agit d'un **processus volontaire et non contraignant** : les parties peuvent à tout moment s'en retirer ; ce processus préserve la liberté du consommateur non satisfait de la solution proposée par le médiateur, de se retirer du processus et de saisir le juge ; les clauses imposant aux consommateurs le recours obligatoire à la médiation sont interdites. Par ailleurs, **la solution proposée par le médiateur, au cas où un accord n'est pas préalablement intervenu entre le professionnel et le consommateur, ne s'impose pas aux parties au litige**. Le consommateur ou le professionnel non satisfait de cette solution peut la refuser. Il peut alors être fait appel au juge pour trancher le litige. La médiation préserve ainsi le droit du consommateur de saisir la justice en suspendant la prescription. Enfin, le processus de médiation de la consommation comme toute médiation conventionnelle est soumis au **principe de confidentialité** (article 21-3 de la loi du 8 février 1995). Les constatations du médiateur et les déclarations recueillies au cours de la médiation ne peuvent être divulguées aux tiers ni invoquées ou produites dans le cadre d'une instance judiciaire ou arbitrale sans l'accord des parties.

La médiation de la consommation présente toutefois des spécificités précisément définies par le législateur.

UN DROIT OUVERT AU CONSOMMATEUR ET ENGAGÉ À SA SEULE INITIATIVE

Aux termes de l'article L. 612-1 du même code : « Tout consommateur a le droit de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel. À cet effet, le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation ».

UNE MÉDIATION GRATUITE POUR LE CONSOMMATEUR ET SANS LIMITATION DE SEUIL

La médiation de la consommation se singularise par le fait que l'une des deux parties, le professionnel, désigne et rétribue le médiateur appelé à résoudre le litige qui l'oppose à l'autre partie, le consommateur, pour lequel la médiation est gratuite. Elle se distingue sur ce point nettement des autres modes alternatifs de règlement des litiges qui ne sont généralement pas gratuits pour le consommateur.

Ne sont à la charge du consommateur que :

- les frais de représentation si le consommateur souhaite se faire représenter par un avocat ou assister d'un tiers qui lui demanderait une rémunération à ce titre ; le consommateur peut aussi se faire assister par une association de consommateurs ;
- les frais d'experts si le consommateur souhaite, lors du processus de médiation, recourir à une expertise ; les frais d'expertise peuvent être partagés avec le professionnel si les deux parties ont, d'un commun accord, fait le choix de recourir à un expert.

Le consommateur peut recourir à un médiateur de la consommation quel que soit le montant du litige. Le code de la consommation ne prévoit à cet égard aucun seuil, minimal ou maximal.

UNE MÉDIATION ACCESSIBLE ET TRANSPARENTE

Le médiateur de la consommation a l'obligation de porter à la connaissance des consommateurs sur son site internet des informations relatives :

- d'une part, au médiateur : ses coordonnées, la mention de son inscription sur la liste des médiateurs de la consommation, la décision le nommant et la durée de son mandat, ses diplômes ou parcours professionnel, son appartenance, le cas échéant, à des réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers ;
- d'autre part, au processus de médiation : champ de compétence, langue utilisée, description des étapes du processus.

DES EXIGENCES RENFORCÉES CONCERNANT LES MÉDIATEURS

Aux termes de l'article L.613-1 du code de la consommation : « *Le médiateur de la consommation accomplit sa mission avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable.* » Il doit à cette fin « *Posséder des aptitudes dans le domaine de la médiation ainsi que de bonnes connaissances juridiques, notamment dans le domaine de la consommation* ».

UN PROCESSUS DE MÉDIATION PARTICULIÈREMENT ENCADRÉ

Ce processus de médiation est encadré par des délais et des modalités d'examen des saisines. Le médiateur dispose de trois semaines pour se prononcer sur l'irrecevabilité de la demande. Les cas d'irrecevabilité sont limitativement énumérés par l'article L.612-2 du code de la consommation. Si le médiateur estime la saisine recevable, il dispose de 90 jours pour mener à terme le processus de médiation, sauf si la complexité du dossier le conduit à prolonger ce délai, ce dont les parties au litige sont informées. Contrairement aux autres médiations conventionnelles qui se bornent à rapprocher les parties en vue d'un accord, le médiateur de la consommation, à défaut d'accord entre les parties, est tenu de présenter une proposition de solution.

Le processus est clôturé soit par le constat de l'accord intervenu entre les parties, soit par l'acceptation ou le refus par celles-ci de la proposition de solution formulée par le médiateur de la consommation.

UNE INSTANCE NATIONALE, LA CECMC, GARANTE DU RESPECT DES EXIGENCES ET GARANTIES PRÉVUES PAR LE CODE DE LA CONSOMMATION

UN DISPOSITIF AU SERVICE DE LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS



**Mme Virginie
BEAUMEUNIER**

Directrice générale
de la direction générale
de la concurrence,
de la consommation
et de la répression des
fraudes (DGCCRF)

La confiance des consommateurs dans leurs achats est un levier indispensable au développement d'une consommation dynamique et durable, laquelle participe à la vigueur de l'économie. La médiation de la consommation contribue au maintien de cette confiance en offrant un recours simple et aisé à tout consommateur qui serait en litige avec un professionnel à la suite de l'achat d'un produit ou d'un service, tout en permettant aux entreprises de maintenir la relation-client.

Toutefois, le dispositif de médiation de la consommation mis en place depuis le 1^{er} janvier 2016 ne peut insuffler cette dynamique qu'à la triple condition d'évoluer pour améliorer sa couverture effective des secteurs professionnels, sa visibilité pour les consommateurs, et la confiance en son efficacité.

La **couverture** des secteurs professionnels est en voie d'être atteinte. L'information relayée par les fédérations professionnelles comme par les associations de consommateurs, les contrôles effectués par les services de la DGCCRF ont permis de sensibiliser nombre de professionnels à leur obligation légale de relever d'un médiateur de la consommation. Néanmoins, il reste encore des professionnels notamment parmi les TPE-PME qui n'ont fait aucune démarche en ce sens, privant les consommateurs de la possibilité d'exercer leur droit à saisir un médiateur de la consommation.

La DGCCRF s'associe pleinement aux réflexions menées par la CECMC pour amener ces professionnels à se conformer à la loi et envisager des solutions opérationnelles permettant de parfaire la couverture des secteurs professionnels. Les travaux menés au sein de la CECMC ont permis de dégager à cette fin des propositions ambitieuses dont la mise en œuvre sera étudiée.

De même, un travail de fond doit être envisagé pour faire évoluer les professionnels vers une meilleure appropriation de la médiation de la consommation, car on observe que trop souvent, bien qu'ayant désigné un médiateur de la consommation, ceux-ci refusent d'entrer en médiation lorsqu'un consommateur fait une démarche en ce sens.

Deuxième condition essentielle au bon fonctionnement du dispositif de médiation de la consommation, l'**identification aisée** du médiateur compétent par le consommateur. Il incombe aux professionnels d'informer précisément les consommateurs des coordonnées du médiateur de la consommation dont ils relèvent. Cette information doit être donnée sur le site Internet du professionnel quand il en a un, sur ses conditions générales de vente ou de service, sur ses bons de commande ou, en l'absence de ces supports, par tout moyen approprié. Il revient à la DGCCRF de veiller au respect de cette obligation qui figure désormais parmi les points de contrôle de son programme d'enquêtes. Après une phase au cours de laquelle la DGCCRF a privilégié la pédagogie et accompagné les professionnels en tant que de besoin pour une bonne compréhension du dispositif de médiation de la consommation, les manquements relevés aboutissent désormais beaucoup plus souvent à la mise en œuvre de sanctions.

Les consommateurs peuvent désormais être « acteurs » d'une meilleure prise en compte de cette obligation grâce aux signalements qu'ils peuvent effectuer via la plateforme SignalConso.



Enfin, la préservation de la **confiance** dans ce dispositif relativement jeune constitue un troisième axe de travail. À cet égard, l'action de la DGCCRF est complémentaire de celle menée par la CECMC, qui a bien entendu un rôle moteur en ce domaine. Ses missions d'évaluation et de contrôle des médiateurs, menées avec rigueur et exigence, sont la garantie apportée tant aux consommateurs qu'aux professionnels, de l'indépendance, de l'impartialité, de la compétence des médiateurs de la consommation. Les deux récentes décisions de déréférencement prises par la CECMC illustrent sa détermination à mener pleinement le rôle qui lui est dévolu.

Dans un contexte de développement généralisé de ce mode de règlement des litiges, la médiation de la consommation, régulée et encadrée, occupe une place particulière. Le nombre croissant de consommateurs qui y ont recours montre son utilité et les attentes qu'elle suscite.

LA COMMISSION D'ÉVALUATION ET DE CONTRÔLE DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION (CECMC)

Instituée par l'article L.615-1 du code de la consommation, La CECMC est une commission administrative indépendante placée auprès du ministre chargé de l'économie.

SA DOUBLE MISSION

L'article L.615-1 précité lui assigne une double mission :

- « établir et de mettre à jour la liste des médiateurs, y compris les médiateurs publics, qui satisfont aux exigences prévues par les articles L. 613-1 à L. 613-3 » et « procéder à la notification des médiateurs inscrits sur cette liste auprès de la Commission européenne ».

Elle s'assure à cette fin que les médiateurs remplissent les conditions requises pour exercer leurs missions « avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable ».

- évaluer l'activité des médiateurs et en contrôler la régularité.

Aux termes de l'article R.615-7 du code de la consommation, « La commission évalue régulièrement les médiateurs afin de vérifier qu'ils répondent toujours aux conditions et exigences de qualité propres à l'exercice de la mission de médiateur de la consommation ».

Elle conduit des contrôles, soit à son initiative, soit à la suite de signalements. Dans des cas exceptionnels, ces contrôles peuvent conduire au retrait de médiateurs de la liste notifiée à la Commission européenne si ces médiateurs ne satisfont pas ou ne satisfont plus aux conditions au vu desquelles ils ont été référencés.

Les missions de la CECMC sont bien articulées avec celle de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) à qui il incombe de contrôler que les professionnels ont bien mis en place un dispositif de médiation à travers l'obligation qui leur est faite de communiquer aux consommateurs les coordonnées du médiateur de la consommation dont ils relèvent.

SA COMPOSITION

La CECMC est composée de magistrats, de personnalités qualifiées, de représentants d'associations nationales de consommateurs ainsi que de représentants d'organisations professionnelles (article R. 615-1 du code de la consommation). Ses membres sont nommés par arrêté du ministre de l'Économie pour une durée de trois ans renouvelables (arrêtés des 25 mars 2019 et 17 décembre 2020). La présidence et la vice-présidence sont assurées soit par un conseiller d'État soit par un conseiller à la Cour de cassation.

SON FONCTIONNEMENT

La CECMC se réunit en moyenne une fois par mois soit en formation plénière soit en formation restreinte. Elle peut auditionner les personnes candidates à la qualité de médiateur et délibère collégialement. Elle peut se faire assister par des experts indépendants. Elle peut entendre toute personne et se faire communiquer tout document en vue de l'accomplissement de sa mission.



De gauche à droite : M. François Kirschen ; Mme Elisabeth Maillot-Bouvier ; Mme Constance des Courtis ; M. Alain Bazot ; Mme Isabelle Fillaud ; Mme Edith Sudre ; M. Marc El Nouchi ; Mme Sabine Desvaux ; Mme Christine Barattelli ; M. Geoffroy Brunaux ; M. Hervé Mondange. En médaillon de gauche à droite : Mme Delphine Borne ; Mme Chantal Jannet ; M. Jean-Yves Mano ; M. Pascal Mignerey ; Mme Marie-Christine Noiset ; M. Joseph Perata.

LES MEMBRES

- **M. Marc El Nouchi**, conseiller d'État, président de la CECMC
- **Mme Edith Sudre**, conseillère à la Cour de Cassation, vice-présidente de la CECMC
- **Mme Sabine Desvaux**, personne qualifiée, membre titulaire
Suppléant :
M. Geoffroy Brunaux, personne qualifiée
- **Mme Elisabeth Maillot-Bouvier**, personne qualifiée, membre titulaire
Suppléante :
Mme Marie-Christine Noiset, personne qualifiée
- **M. Pascal Mignerey**, personne qualifiée, membre titulaire
- **M. Joseph Perata**, personne qualifiée, membre titulaire
Suppléant :
M. François Kirschen, personne qualifiée
- **M. Alain Bazot**, représentant de l'UFC-Que Choisir, membre titulaire
Suppléant :
M. Hervé Mondange, représentant de l'Association Force Ouvrière Consommateurs (AFOC)
- **M. Jean-Yves Mano**, représentant de la Consommation Logement Cadre de Vie (CLCV), membre titulaire
Suppléante :
Mme Chantal Jannet, représentante de Familles Rurales
- **Mme Christine Barattelli**, représentante du Mouvement des Entreprises de France (MEDEF), membre titulaire
Suppléante :
Mme Constance des Courtis, représentante des Chambres de Métiers et de l'Artisanat (CMA) France
- **Mme Delphine Borne**, représentante de la Confédération des Petites et Moyennes Entreprises (CPME), membre titulaire
Suppléante :
Mme Isabelle Fillaud, représentante de l'Union des Entreprises de Proximité (U2P)

LE SECRÉTARIAT

Le secrétariat de la CECMC assiste la Commission dans sa double mission. Il procède à l'instruction des dossiers de candidatures et effectue les contrôles. Il réalise des études juridiques sur toute question portant sur la médiation de la consommation ; il organise et anime des groupes de travail. Le secrétariat assure également le suivi des secteurs professionnels couverts par un dispositif de médiation de la consommation et de l'activité des médiateurs référencés, et procède à l'actualisation du site internet www.mediation-conso.fr

UN DISPOSITIF HARMONISÉ AU PLAN EUROPÉEN

Le dispositif national est issu de la transposition de la directive du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation qui vise à renforcer la confiance des consommateurs et à favoriser le développement des achats en offrant aux consommateurs européens, sur tout le territoire de l'Union européenne, le même degré de garantie sur les médiateurs et le processus de médiation. La Commission européenne a créé parallèlement une plateforme de règlement en ligne des litiges portant sur des achats effectués sur internet qui peut être saisie par tout consommateur quel que soit le lieu d'implantation du professionnel sur le territoire de l'Union européenne. Elle met à la disposition des consommateurs sur son site la liste des médiateurs agréés dans les différents États-membres.

D'harmonisation minimale, cette directive laisse aux États-membres d'assez grandes marges de manœuvre dans le choix et la nature des entités de médiation, le caractère contraignant ou volontaire du processus et son accès gratuit ou payant pour les consommateurs.



**Mme Marie-Paule
BENASSI**

Chef d'unité
« recours et mise en
œuvre du droit des
consommateurs »
- Commission
européenne

LES PERSPECTIVES EUROPÉENNES

En novembre 2020, la Commission européenne a adopté le Nouvel Agenda du Consommateur qui est une feuille de route pour la politique des consommateurs lors des cinq prochaines années. Cet Agenda est structuré autour d'un petit nombre de priorités dont la mise en œuvre de la législation « consommateur » et la simplification des recours.

Dans ce cadre, la Commission entend promouvoir davantage le règlement extrajudiciaire des litiges (REL) et vient d'entamer une réflexion sur les forces et faiblesses de la directive n° 2013/11/EU. En septembre 2021, la Commission invitera les plus de 400 organes de REL de l'UE et d'autres parties prenantes à participer à une grande assemblée virtuelle. Les objectifs seront de :

- faciliter le partage des bonnes pratiques et le réseautage ;
- discuter des défis auxquels les organes de REL ont été confrontés au cours de la pandémie et de ceux qui se présentent avec des marchés de plus en plus numériques ;
- réfléchir à la manière de rendre les mécanismes de REL plus efficaces afin d'attirer davantage de consommateurs et de professionnels.

Par la suite, la Commission européenne mènera une évaluation approfondie de l'application de la directive n° 2013/11/EU.

Alors que les effets de la pandémie vont certainement continuer à peser sur les économies des pays de l'UE pendant plusieurs années, il est important que les consommateurs se sentent en confiance et bien protégés pour que la consommation et le tourisme reprennent. L'efficacité des mécanismes REL sera, de ce fait, un élément important de la reprise économique.



**Mme Camille
BERTRAND**

Juriste au Centre européen de la consommation (CEC), conseillère du point de contact français – Point de contact français de la plateforme RLL

LA PLATEFORME EUROPÉENNE DE RÉOLUTION EN LIGNE DES LITIGES (RLL)

Qu'est-ce que la plateforme européenne de Résolution en Ligne des Litiges (RLL ou ODR pour online dispute resolution en anglais) ?

En application du règlement européen n° 524/2013, la Commission européenne a mis en place en 2016 une plateforme européenne pour faciliter la résolution amiable des litiges du commerce électronique. Cette plateforme peut permettre à un consommateur et au professionnel européen avec qui il est en litige de trouver un organisme de règlement en ligne des litiges. 416 organismes européens sont référencés sur la plateforme. Pour la France, ce sont les médiateurs de la consommation référencés par la CECMC et notifiés à la Commission européenne qui y sont mentionnés.

Quel est le rôle du Point de contact national ?

Il existe un point de contact ODR (online dispute resolution) dans chaque pays de l'UE, ainsi qu'en Islande, en Norvège et au Lichtenstein. Le point de contact a pour mission de répondre aux questions techniques concernant l'utilisation de la plateforme européenne. Il explique par exemple aux consommateurs et aux professionnels les étapes de la procédure, le processus pour introduire une plainte, etc. Il réoriente aussi les consommateurs vers des instances compétentes si la procédure n'aboutit pas et renseigne les professionnels sur leurs obligations en matière de médiation.

Le point de contact français aide également les médiateurs à utiliser la plateforme et répond à leurs difficultés techniques. En 2020, nous avons par exemple été questionnés sur comment changer ses coordonnées sur la plateforme, comment proposer une solution ou encore comment être rattaché à la plateforme. Nous réorientons également les médiateurs qui souhaiteraient un accès à la plateforme ou être notifiés. Pour une notification, nous les adressons à la CECMC. Le point de contact est aussi un relais d'information ou de demandes spécifiques entre la Commission européenne et les médiateurs (appel à projet par exemple).

Depuis le 1^{er} janvier 2020, le Centre Européen de la Consommation a été nommé point de contact français pour la plateforme RLL. Cette association franco-allemande basée à la frontière Strasbourg/Kehl, héberge plusieurs services européens dont le point de contact allemand pour la plateforme RLL.

Quel est le bilan 2020 du point de contact français ?

En 2020, nous avons reçu et traité **3 405 demandes d'informations**. 87 % provenaient de consommateurs, français essentiellement. La majorité des demandes reçues ne concernait pas l'utilisation de la plateforme ni un dossier enregistré sur celle-ci mais exprimait un besoin de conseil juridique ou de contacter le service clients du professionnel. Sur la totalité des demandes des consommateurs, quatre secteurs litigieux se distinguaient : les passagers aériens, le voyage à forfait, les services bancaires et les services d'hébergement.

Point de contact

odr-france@cec-zev.eu



L'UNION EUROPÉENNE FINANCE DES ACTIONS DE SENSIBILISATION À LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

L'association **Atlantique Médiation** a été référencée comme médiateur de la consommation le 4 avril 2019 et comprend une équipe de 15 médiateurs avec des profils diversifiés (avocats, juristes, notaires, anciens cadres, etc.)

Afin de permettre une meilleure connaissance de la médiation de la consommation, Atlantique Médiation a décidé de répondre à un appel à projet de la Commission européenne en juillet 2020. Le projet intitulé « *Formation et Sensibilisation à la Médiation de la Consommation* » a été retenu et a débuté en mars 2021 pour une durée de 18 mois. Il comprend plusieurs actions :

- la sensibilisation des consommateurs à la médiation de la consommation : actions de communication auprès du grand public en travaillant avec les acteurs existants dans le domaine de la consommation (associations de consommateurs, ADIL, collectivités...) et en utilisant les outils numériques (réseaux sociaux, page du site internet dédié...);
- l'information des professionnels sur leur obligation et l'amélioration de la connaissance de la médiation pour éviter le refus d'aller en médiation : actions auprès des entreprises par la réalisation de temps d'information (ateliers, petit déjeuners...) et temps d'échange auprès des organismes adhérents dans le cadre d'une convention-cadre pour diffuser la culture de la médiation ;
- formation et amélioration des pratiques des médiateurs de la consommation : mise en place d'un programme de formations et d'analyses de pratique et réalisation d'un guide de bonnes pratiques.

LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION S'INSCRIT DANS UN PAYSAGE DES MODES ALTERNATIFS DE RÉOLUTION DES LITIGES EN PLEINE EXPANSION

La médiation de la consommation conserve sa place spécifique dans un paysage de la médiation en plein essor, comme en témoignent les trois séries d'avancées législatives suivantes :

LA TENTATIVE OBLIGATOIRE DE RÈGLEMENT AMIABLE PRÉALABLEMENT À LA SAISINE DU JUGE JUDICIAIRE

Les litiges de la consommation d'un montant inférieur à 5 000 euros entrent dans le champ de la **tentative obligatoire de règlement amiable préalable à la saisine du juge judiciaire**. Le développement des services en ligne de médiation est par ailleurs sécurisé par un processus de **certification des services en ligne de conciliation, de médiation et d'arbitrage** (loi n° 2019 222 du 23 mars 2019 de programmation 2018-2022 et de réforme de la justice).



M. Jean-François de MONTGOLFIER

Directeur des affaires civiles et du sceau (DACS)

Depuis plusieurs années, le ministère de la Justice encourage le développement des modes amiables de résolution des différends, parmi lesquels la médiation occupe une place centrale. Le gouvernement est en effet convaincu que le rétablissement du dialogue et du lien social, s'il n'aboutit pas toujours à la conclusion d'un accord, permet de soumettre au juge des litiges apaisés et décatés.

La médiation connaît aujourd'hui un développement important, en phase avec l'évolution de la société et les besoins des concitoyens. La souplesse inhérente à sa définition est un atout qui lui permet de se présenter sous des formes multiples dans des domaines variés, pour s'adapter au mieux aux problématiques qui lui sont soumises. Cela n'interdit pas, néanmoins, de conduire une réflexion sur la nécessité de davantage l'encadrer.

Plusieurs mesures récentes illustrent ainsi la volonté du gouvernement d'encourager le recours à la médiation, notamment la médiation de la consommation.

L'article 3 de la loi n° 2019-222 du 23 mars 2019 de programmation 2018-2022 et de réforme de la justice étend l'obligation de procéder à une tentative de règlement amiable du litige avant de saisir le tribunal judiciaire, lorsque la demande porte sur un montant inférieur à 5 000 euros ou que le litige concerne un conflit de voisinage. Les parties doivent procéder, au choix, à une tentative de conciliation, de médiation, ou de procédure participative. À défaut, l'irrecevabilité de leur demande peut être prononcée, le cas échéant d'office par le juge.

Les litiges de la consommation entrent dans le champ de cette tentative préalable obligatoire, à l'exception du contentieux concernant le crédit à la consommation et le crédit immobilier qui en est expressément exclu en raison du caractère d'ordre public de la matière (article L. 314-26 du code de la consommation). Ainsi, lorsqu'un consommateur entre dans le champ d'application de cette disposition, il doit procéder à une tentative de rapprochement préalable à la saisine du juge et, pour ce faire, peut faire appel à un médiateur de la consommation.

Le gouvernement fait par ailleurs le choix d'accompagner le développement des services en ligne de médiation afin d'instaurer un climat de confiance et de sécuriser au mieux le citoyen qui déciderait d'y avoir recours.

Un socle de principes essentiels à respecter, parmi lesquels celui de l'interdiction d'un service basé à 100 % sur un algorithme, est imposé à tous les services en ligne par les articles 4-1 et suivants de la loi de modernisation de la justice du XXI^{ème} siècle du 18 novembre 2016, dans leur rédaction issue de la loi de programmation et de réforme pour la justice du 23 mars 2019.

Un mécanisme facultatif de certification par un organisme certificateur accrédité, dont les modalités ont été définies par le décret n° 2019-1089 du 25 octobre 2019, permet de valoriser, aux yeux des utilisateurs, les plateformes vertueuses. Le dispositif juridique a été construit progressivement, en collaboration étroite avec la DGCCRF qui a participé activement au groupe de travail mis en place par le ministère de la justice pour élaborer les référentiels d'accréditation et de certification, approuvés par l'arrêté du 23 décembre 2020.

Par exception, le bénéfice de cette certification est attribué de plein droit aux médiateurs inscrits sur la liste prévue à l'article L. 615-1 du code de la consommation au titre de leur activité de médiation de consommation, lorsqu'ils fournissent leur prestation en ligne. Le législateur a en effet retenu la rigueur et le sérieux du contrôle effectué par la CECMC lors de leur inscription et dans le cadre de leur suivi pour dispenser les médiateurs de la consommation de l'audit de certification.

Au même titre que les services en ligne certifiés par un organisme certificateur, les médiateurs de la consommation exerçant leur activité en ligne sont donc autorisés à utiliser le logo dédié, adossé à la marque de garantie Certilis, sur leur site internet. Cette marque permet aux utilisateurs, en un coup d'œil, de s'assurer que le processus de résolution amiable des différends ou d'arbitrage fourni par le service en ligne respecte les obligations fixées par la loi.

LE DÉVELOPPEMENT DE LA MÉDIATION ADMINISTRATIVE

Loi n° 2016-1547 du 18 novembre 2016 de modernisation de la justice du XXI^{ème} siècle



**M. Amaury
LENOIR**

Délégué national
à la médiation
pour les juridictions
administratives

JUSTICE ADMINISTRATIVE & MÉDIATION

« Beaucoup de litiges n'ont pas besoin d'un jugement pour être bien réglés. Ils peuvent même souvent l'être mieux lorsque ce sont les parties elles-mêmes qui construisent une solution amiable fondée sur le dialogue et des efforts de compréhension mutuelle. Le règlement de leur litige est alors plus consensuel, plus pacifique, plus acceptable et constitue en cela le ferment de relations plus confiantes entre les citoyens et les administrations ou entre les citoyens eux-mêmes. Entretenir, voire restaurer une telle confiance apparaît crucial pour préserver la légitimité des pouvoirs publics et atténuer les tensions qui traversent le corps social ».

Bruno Lasserre,

*vice-président du Conseil d'État, 18 décembre 2019,
assises nationales de la médiation administrative.*

Quatre ans après l'entrée en vigueur de la loi du 18 novembre 2016, la greffe a bien pris grâce à une forte mobilisation des juridictions, de ses partenaires en médiation et des différents acteurs du procès administratif. Ceci s'est notamment traduit, dans la juridiction administrative, par la désignation d'un délégué national à la médiation pour les juridictions administratives et, dans chaque juridiction, de référents médiation chargés de développer un dispositif local dédié à la médiation. De nombreuses conventions de médiation ont par ailleurs été conclues par les juridictions avec les barreaux, avec certaines administrations et collectivités, ou encore avec des centres ou associations de



médiateurs. Des initiatives et expérimentations locales, régionales et même nationales ont été menées, pour la plupart avec succès, à l'instar de l'expérimentation de médiation préalable obligatoire (décret n° 2018-101 du 16 février 2018) qui touche à sa fin et qui pourrait laisser place à un dispositif plus large et plus pérenne dès 2022. Cette démarche partagée et volontariste s'est traduite en chiffre puisqu'en 2020, ce sont 1 357 médiations qui ont été organisées par les juridictions administratives (98 % par les tribunaux administratifs), soit à l'initiative des parties avant tout recours (5 %), soit à l'initiative du juge après l'enregistrement d'un recours (95 %). Dans les domaines où sont expérimentées des procédures de médiation préalable obligatoire (contentieux sociaux et contentieux de la fonction publique), ce sont 1 248 médiations qui ont pu être engagées l'an passé (1^{er} avril 2020 – 31 mars 2021), avec un taux d'accord moyen de 70 % et une durée moyenne de deux mois. Les avancées, de fond et de forme, sont importantes et encourageantes.

En tant que « prescripteur » de médiations, le juge administratif sélectionne les affaires susceptibles de se prêter à la médiation et propose aux parties l'organisation d'une telle mission (art. L 213-7 et s. du code de justice administrative). On retrouve à ce jour une majorité de médiations dans les contentieux suivants : urbanisme, marchés publics, fonction publique, santé publique. L'enjeu du développement de la médiation pour les juridictions administratives est désormais de franchir un nouveau palier d'ici 2022 : celui du « 1 % médiation » voulu par le vice-président du Conseil d'État (1 % des requêtes enregistrées par les juridictions administratives faisant l'objet d'une orientation effective en médiation), ce qui représenterait plus de 2 500 médiations à l'initiative du juge par an.

Enfin, l'essor de la médiation administrative dépendra également du bon développement de la médiation en phase « précontentieuse » des litiges, notamment les médiations à l'initiative des parties telles que prévues à l'art. L 213-5 du code de justice administrative et les médiations assurées par des dispositifs de médiation institutionnelle ou territoriale, tels que promus par la loi n° 2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique. Dans ce domaine, de nombreuses avancées ont eu lieu ces dernières années mais la marge de progression reste importante.

Médiation de la consommation, médiation institutionnelle, médiation territoriale, médiation familiale, médiation judiciaire, médiation intra ou inter-entreprises, etc. la médiation est protéiforme et chacune de ses facettes regorge de spécificités et de subtilités, mais toutes partagent un même ADN et un même objectif : pacifier les relations et contribuer à la paix sociale, autrement.

EN SAVOIR PLUS :

<https://www.conseil-etat.fr/demarches-services/les-fiches-pratiques-de-la-justice-administrative/la-mediation>

LA CRÉATION DES MÉDIATEURS TERRITORIAUX

Article L. 1112-24 du code général des collectivités territoriales dans sa rédaction résultant de l'article 81 de loi n° 2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique



**M. Christian
LEYRIT**

Président de l'association
des médiateurs de
collectivités territoriales
(AMCT)

LE MÉDIATEUR TERRITORIAL

Dans une société de plus en plus agitée par des fractures et une violence grandissante, où de nombreux citoyens se sentent démunis face à des procédures inintelligibles et à une inflation de législations ou de règlements changeants, le fait d'avoir un recours, une écoute bienveillante, avec le souci de l'équité ne peut que renforcer l'image d'une collectivité auprès de ses administrés

A cet égard, la nomination d'un médiateur (personne indépendante, neutre et impartiale) dans une collectivité est très importante pour que chaque demande puisse obtenir une réponse adaptée, afin que toute cause de litige avec la collectivité soit résolue, afin que soient minimisés les frustrations et sentiments d'injustice et afin d'améliorer l'image des collectivités territoriales. Les objectifs sont multiples, notamment, de faciliter le dialogue entre les services de la collectivité, les usagers et les différents partenaires de l'action publique conduite par cette collectivité, de régler à l'amiable les litiges entre les usagers et la collectivité en prenant en compte non seulement la légalité mais aussi l'équité, d'améliorer la qualité du service rendu aux usagers et de faire évoluer certains dispositifs en cas de dysfonctionnements observés, au vu des propositions soumises par le médiateur.

Les premières collectivités qui ont institué un médiateur sont Paris, il y a une dizaine d'années et Bordeaux, il y a plus de vingt-cinq ans. L'Association des médiateurs des collectivités territoriales est née en 2013 pour promouvoir la médiation institutionnelle auprès des collectivités territoriales, développer le partage d'expérience, devenir une structure de référence et d'accompagnement professionnalisante et construire des partenariats avec d'autres structures de médiation. En 2020, elle regroupait 38 collectivités : 2 régions, 11 départements, 3 métropoles et 22 villes. L'objectif est d'atteindre 100 collectivités d'ici un an. Pour cela, une action volontariste a été engagée auprès des grands réseaux d'élus (ARF, ADF, France Urbaine, AMF). Des correspondants régionaux, véritables ambassadeurs de la médiation, ont été nommés.

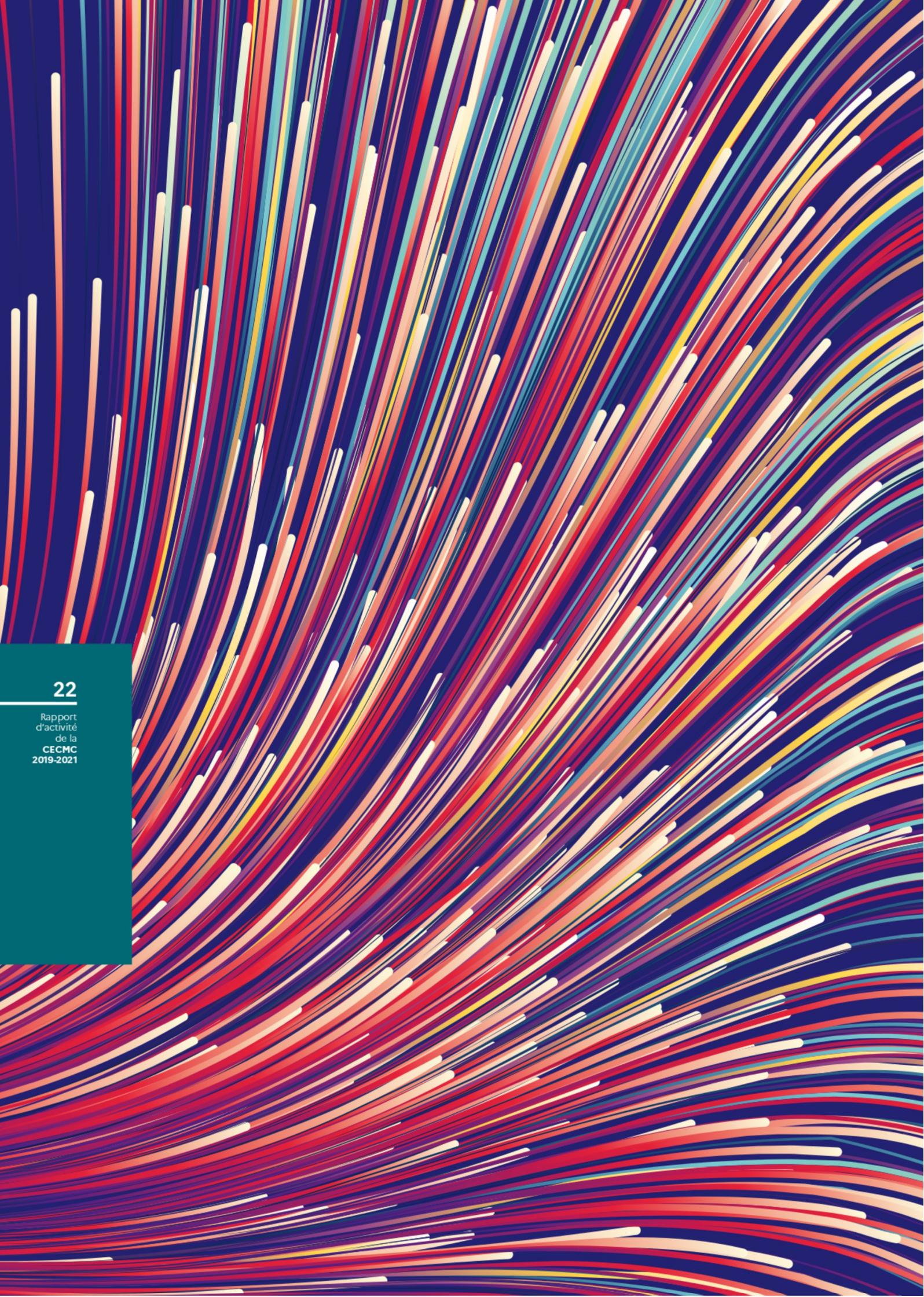
Un évènement majeur est intervenu le 27 décembre 2019, avec l'article 81 de la loi relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique, qui reconnaît et institutionnalise les médiateurs des collectivités territoriales. Cet article introduit un nouvel article L 1112-24 au code général des collectivités territoriales (CGCT).

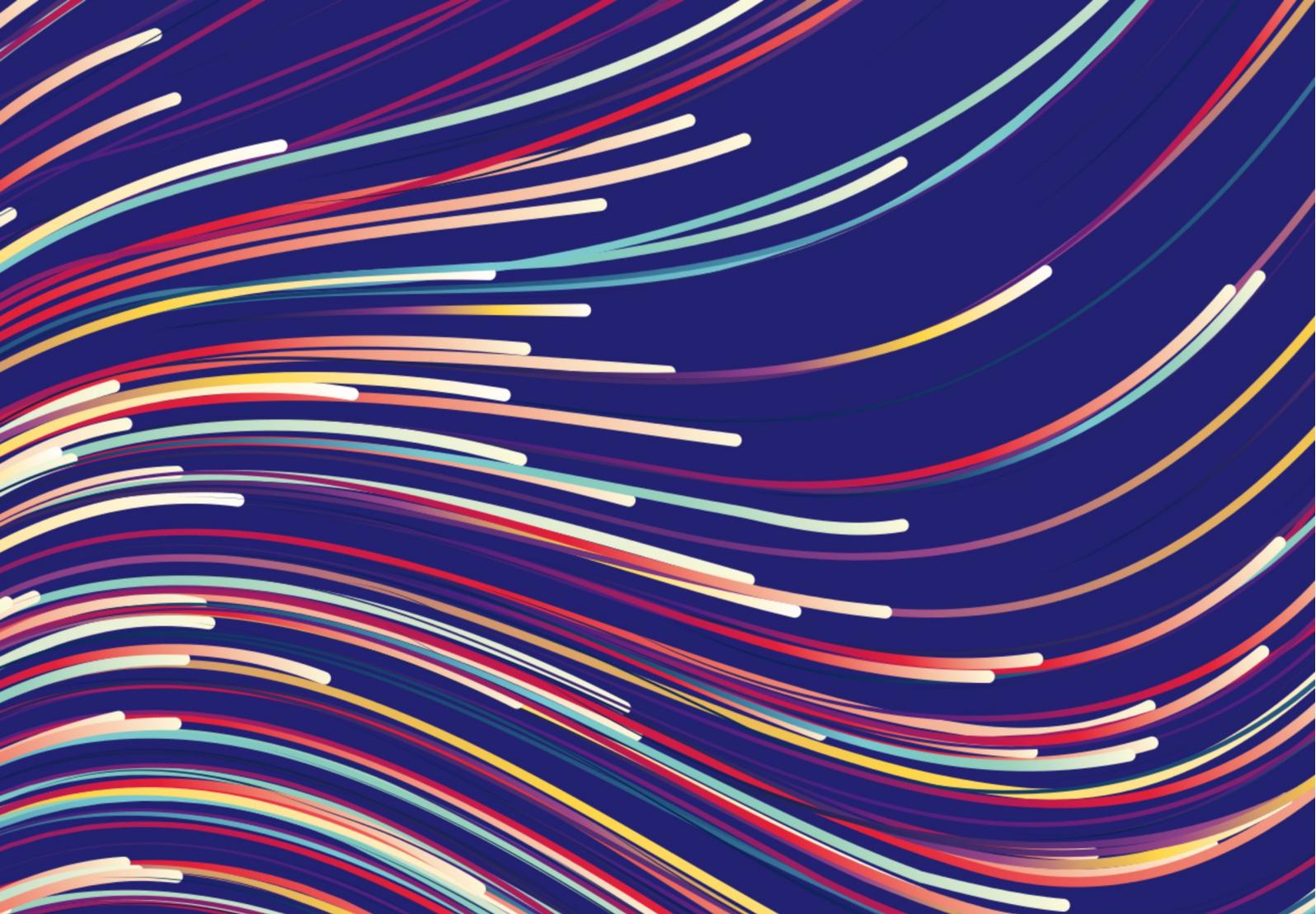
L'institution d'un médiateur territorial reste facultative. Sa désignation, encadrée par des règles d'incompatibilité, est effectuée par l'organe délibérant qui fixe la durée de son mandat, définit son champ de compétence et détermine les moyens mis à sa disposition. Le médiateur définit librement les modalités de déroulement des médiations qu'il conduit. Gratuite, la saisine du médiateur par les usagers interrompt les délais de recours contentieux et suspend les prescriptions dans les conditions prévues par le code de la Justice administrative.



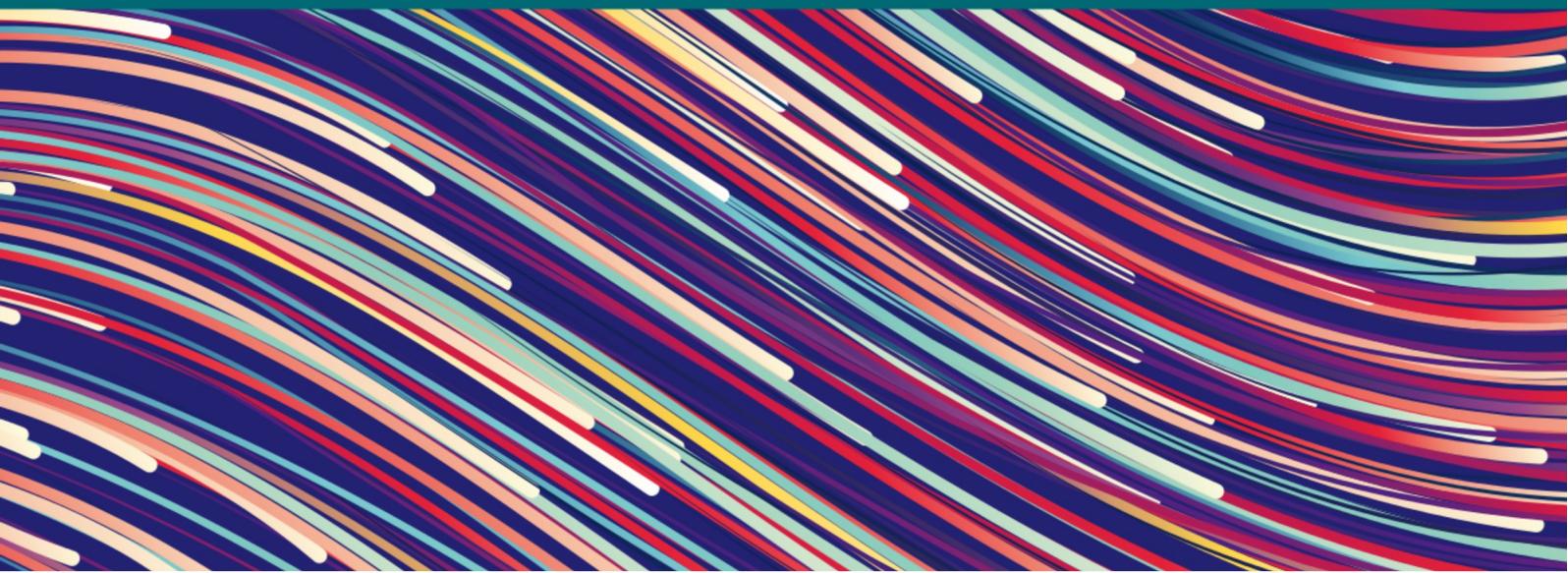
La médiation territoriale doit s'articuler avec la médiation de la consommation lorsqu'elle traite de certains litiges portant sur des prestations délivrées par des collectivités territoriales, notamment dans le cadre des délégations de service public : services de transports, de cantine, de piscine, d'activité en régie ou concession telles que la fourniture d'eau ou d'électricité...

Ces nouvelles, règles permettront, j'en suis convaincu, de développer une nouvelle capacité d'écoute et de compréhension, de favoriser un climat de confiance entre les citoyens et la collectivité, et de participer à l'amélioration du lien social, si nécessaire, aujourd'hui.





BILAN D'ACTIVITÉ



L'ACTIVITÉ DE LA CECMC

LES CHIFFRES CLÉS AU 31 JUILLET 2021

Depuis mars 2019, la CECMC, dans sa nouvelle mandature, a examiné 31 dossiers de candidature de médiateur de la consommation et en a référencé 17.

Au total depuis 2016, la CECMC a examiné 144 dossiers qui ont appelé les décisions suivantes :

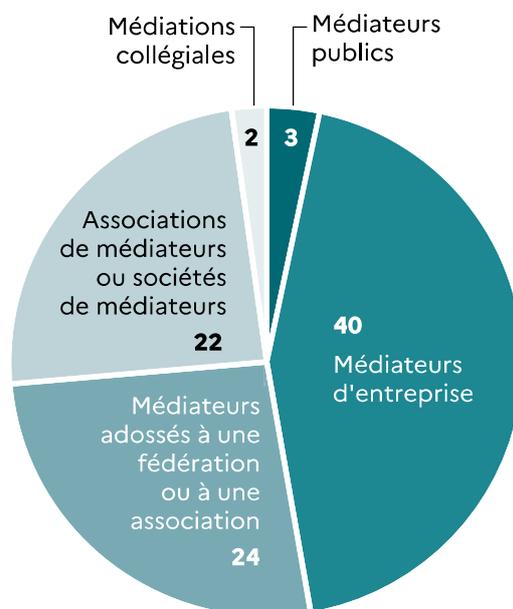
- 119 décisions de « référencement »
- 25 décisions de « non-référencement » pour les dossiers ne répondant pas aux conditions définies par les dispositions du Titre 1^{er} du Livre VI du code de la consommation relatives à la médiation de la consommation

Parmi les 119 médiateurs de la consommation référencés :

- 26 ont cessé leur activité de médiation
- 2 médiateurs ont fait l'objet d'une décision de retrait de la liste des médiateurs de la consommation notifiée à la Commission européenne à la suite d'un contrôle réalisé en application de la procédure prévue par les articles L.615-1, L.615-2 et R.615-7 du code de la consommation

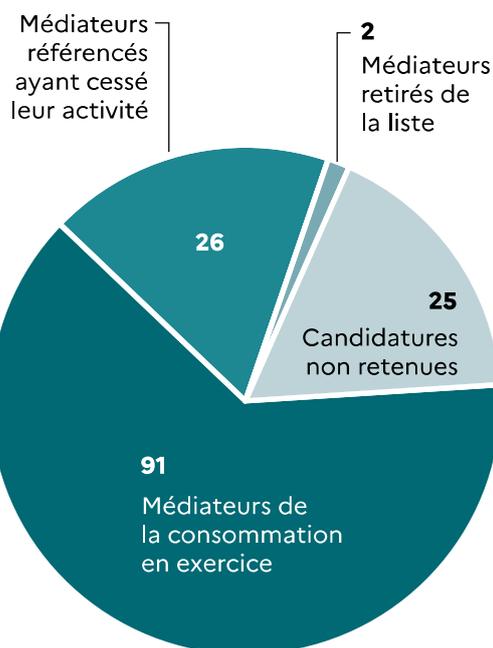
Le nombre de médiateurs de la consommation référencés en activité s'établit à 91 au 31 juillet 2021.

LA RÉPARTITION DES 91 MÉDIATEURS DE LA CONSOMMATION SELON LA CATÉGORIE DE MÉDIATION



ASSOCIATIONS OU SOCIÉTÉS DE MÉDIATEURS (22)

1	Association des Médiateurs de Bretagne Ouest (AMBO)
2	Association des Médiateurs Indépendants d'Ile de France (AMIDIF)
3	Association MEDIAVET
4	Atlantique Médiation
5	BATIRMEDIATION CONSO
6	BAYONNE MEDIATION
7	C&C Médiation
8	Centre de la Médiation de la Consommation des Conciliateurs de Justice (CM2C)
9	Centre de médiation de la consommation de l'Institut d'Expertise, d'Arbitrage et de Médiation (IEAM)
10	Centre de Médiation et d'Arbitrage de Paris (CMAP)
11	CNPM Médiation Consommation
12	Devigny Médiation
13	GIE IMMOMEDIATEURS
14	Médiation - vivons mieux ensemble
15	Médiation CMFM
16	Médiation de la Consommation et Patrimoine (MCP)
17	Médiation de l'Association des Médiateurs Européens (AME)
18	Médiation de l'association MEDIMMOCONSO
19	Médiation de l'Association Nationale des Médiateurs (ANM)
20	Médiation solution
21	MPR Médiation P de Robien
22	Société Médiation professionnelle



MÉDIATEURS D'ENTREPRISE (40)	
1	Méiateur du groupe RATP
2	Méiateur du groupe ENGIE
3	Méiateur du groupe EDF
4	Méiateur du groupe La Poste
5	Méiateur des entreprises SNCF Mobilités, Eurostar et Thalys
6	Méiateur du Crédit Mutuel
7	Méiateur du CIC
8	Méiateur de Monabanq
9	Méiateur de Créatis
10	Méiateur de la Banque Populaire Val de France
11	Méiateur de la Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel du Nord Est
12	Méiateur de la Caisse d'Epargne Hauts de France
13	Méiateur du Crédit Agricole d'Aquitaine
14	Méiateur du Crédit Agricole de Provence Côte d'Azur
15	Méiateur auprès de LCL
16	Méiateur de la Caisse Régionale du Crédit Agricole de Champagne-Bourgogne
17	Méiateur auprès du groupe Crédit du Nord
18	Méiateur auprès de la Société Générale
19	Méiateur de la Caisse Régionale du Crédit Agricole de Charente Périgord
20	Méiateur auprès du groupe Mutuelle des sportifs
21	Méiateur auprès de la Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté
22	Méiateur auprès de la Caisse d'Epargne et de Prévoyance Loire Drôme Ardèche
23	Méiateur du Crédit Agricole de la Corse
24	Méiateur de la Caisse d'Epargne Ile de France
25	Méiateur de la Caisse régionale de Crédit Agricole de Normandie
26	Méiateur auprès du Crédit Agricole Mutuel de Paris et d'Ile de France
27	Méiateur de HSBC France
28	Méiateur de HSBC Epargne entreprise
29	Méiateur du Groupe Caisse des dépôts
30	Méiateur du Groupe ARCADE
31	Méiateur du service GESCCO de la Banque de France
32	Méiateur de la consommation de Vinci Autoroutes
33	Méiateur de la Caisse d'Epargne Grand Est Europe
34	Méiateur de la consommation de BNP Paribas Personal Finance
35	Méiateur auprès du Crédit Mutuel Arkéa
36	Méiateur du Crédit Agricole Loire Haute-Loire
37	Méiateur de la Banque Populaire Méditerranée
38	Méiateur de la Caisse d'Epargne Côte d'Azur (CECAZ)
39	Méiateur de la Caisse d'Epargne Provence-Alpes-Corse (CEPAC)
40	Méiateur de la Caisse d'Epargne Languedoc-Roussillon (CELR)

MÉDIATION COLLÉGIALE (2)	
1	Commission paritaire de médiation de la vente directe
2	Commission de Médiation Franchise Consommateurs (CMFC)

MÉDIATEURS PUBLICS (3)	
1	Méiateur de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF)
2	Méiateur national de l'Energie (MNE)
3	Méiateur des jeux

MÉDIATEURS ADOSSÉS À UNE FÉDÉRATION OU À UNE ASSOCIATION (24)	
1	Méiateur de l'Eau
2	Médiation du Commerce Coopératif et Associé
3	Méiateur des communications électroniques
4	Méiateur de l'Assurance
5	Méiateur du Tourisme et voyage (MTV)
6	Méiateur de l'Association Française des Sociétés Financières (ASF)
7	Méiateur auprès de la Fédération Bancaire Française (FBF)
8	Méiateur de la profession d'avocat auprès du Conseil National des Barreaux (CNB)
9	Méiateur de la Fédération du commerce et de la distribution (FCD)
10	Méiateur de la Fédération professionnelle du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD)
11	Méiateur auprès de la Fédération Nationale de l'Automobile (FNA)
12	Méiateur de la Fédération Nationale de la Mutualité Française (FNMF)
13	Méiateur du Conseil National des Professions de l'Automobile (CNPA)
14	Méiateur de la profession de vétérinaire
15	Méiateur de l'union des généalogistes de France
16	Méiateur de la protection sociale (CTIP)
17	Méiateur auprès de la Fédération Nationale des Banques Populaires
18	Méiateur du thermalisme
19	Méiateur du Notariat
20	Méiateur de la consommation des professions funéraires
21	Méiateur auprès du Syndicat national des professions du chien et du chat
22	Méiateur auprès de l'Ordre des avocats au Conseil d'État et à la Cour de Cassation
23	Méiateur des professionnels du courtage matrimonial
24	Méiateur de l'AFEPAME

LES SECTEURS ÉCONOMIQUES COUVERTS

À ce jour, les médiateurs de la consommation référencés couvrent pratiquement l'intégralité des 130 secteurs identifiés par la CECMC dans son référentiel des secteurs professionnels. Cela signifie que tous les professionnels peuvent adhérer, sans difficulté, à un dispositif de médiation de la consommation et en informer leurs clients-consommateurs.

La CECMC doit désormais s'attacher à consolider cette couverture, à en assurer la qualité et en lien avec la DGCCRF, œuvrer à son fonctionnement effectif.

L'ACTIVITÉ DES MÉDIATEURS DE LA CONSOMMATION

Depuis sa mise en place, la médiation de la consommation a connu une montée en puissance régulière. D'après les rapports d'activité des médiateurs de la consommation, près de 104 000 saisines reçues ont été comptabilisées en 2017, première année pleine de mise en œuvre du dispositif. Plus de 168 400 saisines ont été enregistrées en 2020.

Cette progression résulte de la conjugaison du nombre croissant de médiateurs référencés, de l'extension de la couverture sectorielle et d'une meilleure connaissance du dispositif de médiation de la consommation.

Il ressort de l'analyse de l'activité 2020 qui porte en année pleine sur les 88 médiateurs de la consommation référencés avant le 1^{er} janvier 2020 :

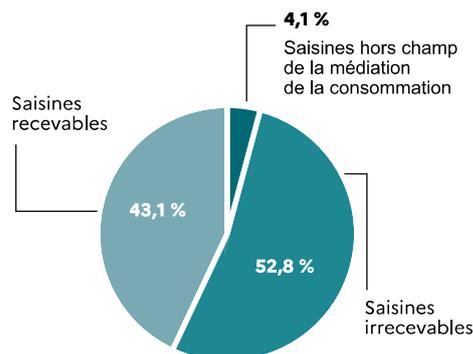
- **une progression sensible des saisines** : les 168 400 requêtes adressées aux médiateurs en 2020 s'ajoutent au stock de saisines qui n'avaient pas encore été analysées au 1^{er} janvier 2020 (plus de 24 900). Le stock de saisines non encore traitées au 31 décembre 2020 s'élevant à plus de 37 000, les médiateurs ont effectivement procédé à l'examen de 156 300 saisines, **soit une augmentation de l'ordre de 12 % par rapport à 2019.**

Cet accroissement du stock de saisines non encore analysées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2020 tient, en grande partie, aux conséquences de la crise sanitaire (confinement, télétravail, retard des courriers, désorganisation des services du médiateur et des professionnels...).

- **une grande disparité entre les médiateurs de la consommation** : certains, six en particulier, reçoivent et traitent plus de 10 000 saisines par an, tandis que d'autres - c'est le cas de neuf médiateurs - traitent moins de 10 saisines par an.

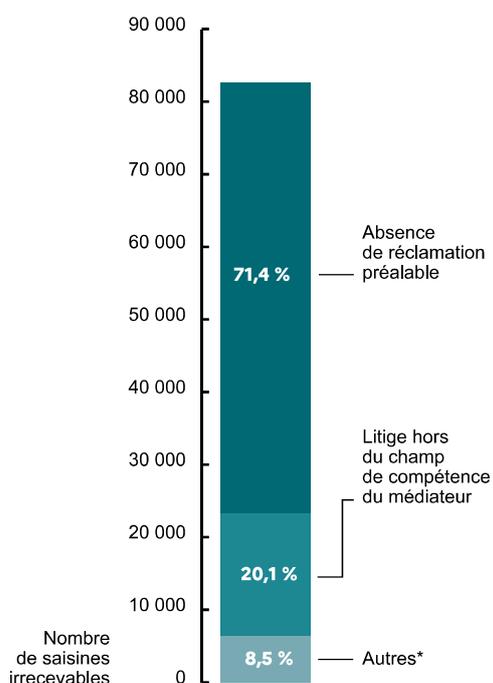
LA RÉPARTITION DES SAISINES

Sur les 156 300 saisines traitées, les saisines irrecevables représentent une part majoritaire.

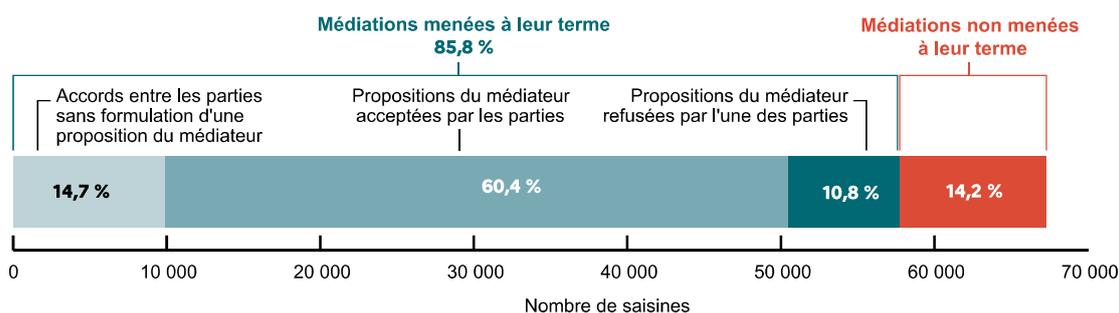


LES MOTIFS D'IRRECEVABILITÉ

Dans la grande majorité des cas, (71,4 % des saisines irrecevables), le consommateur ne justifie pas avoir, au préalable, effectué une démarche écrite auprès du professionnel pour essayer de résoudre son litige directement avec celui-ci (saisine du service client).



* dont 6,7 % Demande manifestement infondée ou abusive
0,6 % Litige examiné ou en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal
1,2 % Introduction de la demande dans un délai supérieur à un an à compter de la réclamation écrite auprès du professionnel



LES SAISINES RECEVABLES

Plus de 85 % des saisines recevables sont menées à terme et 60 % d'entre elles font l'objet d'une proposition du médiateur acceptée par les parties.

LES DÉLAIS MOYENS DE TRAITEMENT

L'année 2020 a été marquée par un allongement des délais en lien direct avec la crise sanitaire.

Le délai moyen entre la réception de la demande et la décision de recevabilité est de 19,4 jours (+ 4 jours par rapport à 2019), ce qui reste dans le délai réglementaire de 21 jours. Le délai moyen entre la notification de la saisine par le médiateur de la consommation et la fin de la médiation est de 105,9 jours (+ 11 jours par rapport à 2019), ce qui excède le délai légal de 90 jours.

Ces moyennes recouvrent d'importants écarts.

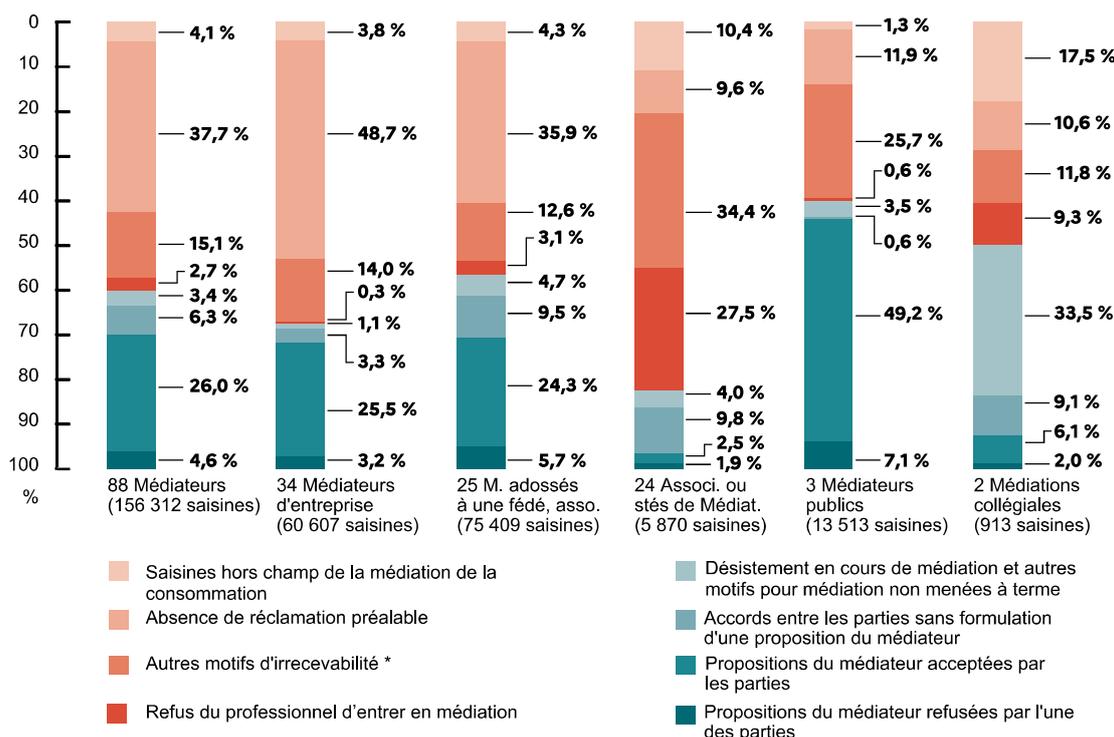
LES RÉSULTATS 2020 SELON LA CATÉGORIE DE MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

Il ressort de l'analyse par catégorie de médiation de la consommation une grande hétérogénéité des résultats.

Les médiateurs d'entreprise, et notamment les médiateurs bancaires, enregistrent la part la plus élevée de saisines irrecevables, résultant du fait de l'absence de tentative préalable de résolution du litige auprès du professionnel.

Les refus du professionnel d'entrer en médiation se retrouvent majoritairement dans les associations ou sociétés de médiateurs.

Les médiateurs publics obtiennent le meilleur taux de médiations recevables menées à leur terme ainsi que celui des propositions du médiateur acceptées par les parties.



* Demande manifestement infondée ou abusive - Litige examiné ou en cours d'examen par un autre médiateur ou tribunal - Introduction de la demande dans un délai supérieur à un an à compter de la réclamation écrite auprès du professionnel - Litige hors du champ de compétence du médiateur.

LES TÉMOIGNAGES DE MÉDIATEURS



**Mme Valérie
ALVAREZ**

Médiatrice
des communications
électroniques

LA MÉDIATRICE DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES (MCE)

Quelle approche avez-vous de la médiation de la consommation et comment définiriez-vous votre rôle ?

En prenant mes fonctions en avril 2019, je me suis engagée, comme la loi le prévoit à apporter une proposition de solutions aux litiges entre les consommateurs et les professionnels, à être indépendante, neutre, et à motiver mes avis en droit et/ou en équité.

Les grands principes suivants me guident dans toutes mes réflexions et propositions de solutions :

- je cherche à comprendre le problème soumis, à l'analyser techniquement et juridiquement afin de proposer une solution qui respecte les intérêts de chaque partie de façon non discriminatoire et équitable ;
- les sujets de la médiation des communications électroniques sont complexes. Il existe des vides juridiques, interprétations possibles, absence de jurisprudence, dimension personnelle des sujets (le casuel). L'exigence des consommateurs s'est accrue. Je m'attache à apporter des explications simples, compréhensibles et motivées tant auprès des consommateurs, bien souvent néophytes quant aux règles qui encadrent la médiation de la consommation, qu'auprès des professionnels ;
- j'applique le droit tout en faisant preuve d'équité dans les situations qui le nécessitent afin que la médiation soit perçue par les deux parties comme une solution et non une décision ;
- je conduis une veille permanente sur les évolutions technologiques et le droit de la consommation afin de développer mes connaissances tant techniques que juridiques pour rendre les propositions de solutions les plus adaptées ;
- je suis très attentive au respect des délais de traitement des dossiers, tout en conservant le temps et la qualité nécessaires à l'analyse des litiges. Ce qui passe par les échanges tant avec les consommateurs qu'avec les professionnels ;
- enfin, je suis particulièrement vigilante à rendre le parcours du consommateur le plus aisé possible, à améliorer et simplifier en permanence les process de saisine tout en conservant l'essentiel qui est le respect des critères de saisine, des règles édictées par le code de la consommation et en toute transparence à l'égard de la CECMC garante de l'indépendance et impartialité du médiateur de la consommation.

Concrètement, en 2021 le consommateur qui nous saisit déjà à 85 % en ligne <https://www.mediation-telecom.org/> sera encore plus accompagné et guidé tant dans son parcours de saisine de la médiatrice que dans son espace personnel où il pourra suivre l'évolution de chaque étape du traitement de sa saisine, échanger avec les équipes de la médiation, faire connaître sa position sur la proposition de solution et même alerter la médiatrice en cas de soucis de mise en œuvre par le professionnel.

Quels sont les faits marquants pour votre médiation en 2020 et en ce début d'année 2021 ?

Les années 2020 et 2021 sont marquées par la pandémie mondiale de la COVID 19 qui nous a tous contraints à adapter nos modes de vie et de travail. Les communications électroniques ont été un des piliers pour pouvoir y faire face en nous permettant de continuer à travailler, communiquer, apprendre, ou se divertir, assurant ainsi la continuité de la vie sociale et économique durant l'épidémie.

En raison du caractère indispensable voire vital des moyens de communications électroniques et de l'impatience des consommateurs à en disposer, 2020 marque une inversion de la tendance baissière des saisines constatée ces dernières années avec un nombre de propositions de solution qui reste cependant stable. L'équipe de la médiation a adapté son organisation sans perte de performance tant sur la qualité du travail que sur les délais de traitement par dossier (61 jours en 2020). Notre médiation a fait preuve d'une grande efficacité avec 96 % des propositions de solutions suivies par les professionnels et 97 % par les consommateurs lorsqu'elle est saisie de façon appropriée.

Nos enjeux pour 2021 sont majeurs :

- maintenir un niveau de service durant les confinements avec notamment la prise en compte des situations de télétravail et de l'école à la maison qui ont un impact important sur les besoins en matière de débit. Il est nécessaire de maintenir un équilibre entre des besoins légitimes de la part des consommateurs et des contraintes fortes pour les professionnels ;
- suivre l'accélération formidable du déploiement du THD fibre et de la 5G sources de questions et d'insatisfaction de la part des consommateurs ;
- suivre aussi l'entrée en vigueur du nouveau code européen des communications électroniques qui nécessairement aura une incidence sur les litiges qui seront portés à ma connaissance ;
- enfin, l'année 2021 va également être marquée par l'adaptation du service universel aux nouveaux usages, avec notamment, le droit à un accès et un service haut débit à tarif abordable partout en France.



**M. Olivier
CHALLAN -
BELVAL**

Médiateur national
de l'énergie

LE MÉDIATEUR NATIONAL DE L'ÉNERGIE (MNE)

■ Pourquoi un médiateur « public » ? Qu'est-ce que cela apporte de plus ?

Le médiateur national de l'énergie est créé par une loi, qui lui donne expressément le statut d'« *Autorité publique indépendante* ». Ce statut législatif, qui prévoit notamment que mon activité est entièrement financée sur fonds publics, que mon mandat n'est pas révocable et que je dois remplir préalablement une déclaration d'intérêts, est une garantie d'indépendance pour les consommateurs qui font appel à mes services.

Ce statut me donne des pouvoirs importants, puisque tous les acteurs du secteur de l'énergie ont l'obligation de participer au processus de médiation que je conduis ; ils doivent notamment me faire connaître, dans les délais que je fixe, leurs observations sur les litiges les concernant.

Ce statut me donne également une autorité particulière, qui me permet de désigner publiquement et nommément les acteurs du secteur dont le comportement pose trop de problèmes. Mais, j'ai aussi, grâce à ce statut, une légitimité pour saisir les autorités publiques chargées de mettre en œuvre des sanctions, lorsque je constate des comportements qui ne respectent pas les règles : je signale ainsi systématiquement à la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) la méconnaissance des règles du code de la consommation. J'ai même été conduit cette année, c'est une première, à signaler au procureur de la République compétent, en application de l'article 40 du code de procédure pénale, des faits délictueux commis lors d'un démarchage.

Ce statut public permet également que me soient confiées d'autres missions d'intérêt général, comme celle d'information et de conseil des consommateurs sur l'ouverture à la concurrence des marchés de l'énergie. Les services du médiateur national de l'énergie ont ainsi mis en place un « *comparateur d'offres* », auquel la loi a donné une existence officielle, qui recense en toute neutralité toutes les offres d'énergie existantes.

Je considère qu'il entre également dans ma mission de « *médiateur public* » de proposer aux pouvoirs publics, aux ministres comme aux parlementaires, des évolutions de la législation ou de la réglementation lorsque je constate que cela est nécessaire.

Mon activité est, comme celle de tous les médiateurs de la consommation, placée sous le contrôle de la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation, qui contrôle et homologue les procédures et les méthodes de médiation que je mets en œuvre.

■ Quels faits marquants reprenez-vous de l'année 2020 ?

L'année 2020 a évidemment d'abord été marquée par la crise sanitaire et les confinements successifs. Mes collaborateurs ont ainsi dû en quelques jours passer totalement en télétravail. Et, je dois dire que je ne suis pas peu fier d'avoir constaté que ce changement fondamental n'a absolument pas altéré la qualité du traitement des dossiers et que la productivité s'est même un peu accrue ! C'est une réussite incontestable pour notre institution, qui a été parfaitement en mesure d'assurer la continuité du service public dont nous sommes chargés.

Outre l'implication des équipes, cette continuité a été notamment rendue possible grâce à la plateforme Internet de résolution des litiges, qui a été créée et développée à partir de 2013. Cette plateforme, que nous



appelons SoLLEn (Solution en Ligne aux Litiges d'Énergie), permet aux consommateurs de saisir le médiateur national de l'énergie par internet et d'échanger avec toutes les parties prenantes à la médiation dans un espace confidentiel. Cet outil est très apprécié par les consommateurs pour sa simplicité et les échanges directs qu'il permet. J'ai d'ailleurs engagé les démarches pour obtenir la certification « Certilis », qui est une garantie de la protection des données personnelles des services en ligne de médiation, sans recours à aucun algorithme pour ce qui nous concerne.

■ Votre activité augmente inexorablement chaque année. Que comptez-vous faire ?

En effet, l'activité du médiateur national de l'énergie a augmenté en 2020 de 19 %, avec 27 203 litiges reçus. Cette augmentation intervient après une hausse de 35 % en 2019 et de 16 % en 2018. Nous avons émis cette année 7 681 recommandations et accords amiables, soit 13 % de plus que l'année dernière. Néanmoins, et c'est la première année que cela arrive, le délai de traitement des affaires s'est accru : avec un délai moyen de 83 jours, il reste en dessous du délai maximum réglementaire de 90 jours, mais il s'est allongé de près de deux semaines par rapport à celui de l'année précédente. Pour faire face à cette hausse, les services du médiateur national de l'énergie ont, au cours des dernières années, augmenté significativement leur productivité. Ils ont encore intensifié leurs efforts au cours de l'année 2020. Le budget de 2021 a prévu que nous puissions recruter deux agents supplémentaires.

Mais les acteurs du secteur de l'énergie ont aussi un rôle à jouer ! Trop souvent, en effet, c'est parce qu'ils n'ont pas respecté les règles et les procédures que des litiges sont survenus. Pour plus de la moitié, les litiges dont je suis saisi concernent des problèmes liés à la facturation des consommations d'énergie. C'est difficilement compréhensible, alors que les fournisseurs ont eu deux mois pour traiter le problème avant que le consommateur ne puisse s'adresser à moi !

Et je saisis chaque occasion pour les sensibiliser sur le fait qu'un traitement rapide et au mieux des intérêts des consommateurs est un gage de respect et de loyauté à l'égard du client, qui sont indispensables pour conforter leur confiance dans les marchés de l'énergie.

UNE ACTIVITÉ AFFECTÉE EN 2020 PAR LA PANDÉMIE

L'année 2020 a été marquée par la pandémie mondiale liée à la COVID-19. Les acteurs européens et nationaux intervenant dans les domaines de règlement extra-judiciaire des litiges (REL), se sont fortement mobilisés pour continuer d'assumer leur mission et permettre aux consommateurs de faire valoir leurs droits.



Mme Marie-Paule BENASSI

Chef d'unité « recours et mise en œuvre du droit des consommateurs » - Commission européenne

AU NIVEAU EUROPÉEN

La pandémie de la COVID-19 a démontré la pertinence du système européen de règlement extra-judiciaire des litiges (REL) de consommation et son intérêt pour améliorer la résilience des économies. Dès le début de la crise actuelle, la Commission européenne a rapidement sondé les entités REL actives dans l'UE pour savoir comment elles s'adaptaient aux nouvelles conditions de télétravail et de distanciation. Elle a constaté avec satisfaction que la plupart des entités se sont « virtualisées » rapidement et n'ont pas cessé de travailler. Au contraire, elles ont connu un surcroît important de leur charge de travail en raison d'une forte augmentation de la demande de résolution des litiges, notamment dans le secteur du voyage et du numérique.

La première moitié de l'année 2020 a été ainsi marquée par un effondrement quasi-total des activités touristiques mondiales du fait de la pandémie de la COVID-19. Les entreprises du secteur ont dû gérer des annulations massives dans un grand contexte d'incertitude. Si au départ, elles ont hésité à coopérer avec les entités REL, un grand nombre de litiges ont finalement pu être résolus par ces entités dans toute l'Union européenne. En France, le taux de règlement de 95 % des litiges de 2020 liés aux voyages est impressionnant !

Pour assister les consommateurs et les entreprises à résoudre leurs différends la Commission européenne a rapidement rappelé le maintien total des lois européennes qui régissent les annulations de voyages à forfait ou de transports de passagers. Le 13 mai 2020, au vu des problèmes de liquidité que rencontraient les opérateurs économiques, elle a émis une recommandation quant à la manière dont ces professionnels pouvaient proposer aux consommateurs une alternative viable au remboursement grâce à des bons à valoir remboursables et protégés contre l'insolvabilité. Elle a également rappelé à l'ordre un certain nombre d'États-membres qui avaient adopté en urgence des mesures dérogatoires.

Toutes les entités REL concernées ont été informées par la Commission de ces lignes directrices et un atelier spécifique a été organisé pour permettre l'échange d'expérience. Les mesures de confinement prises à travers l'Union Européenne ont également eu pour conséquences une augmentation des achats en ligne et donc un développement proportionnel des litiges.

Nous avons constaté que la mise en place d'outils numériques adéquats a permis une simplification et une accélération des procédures REL. À l'avenir, l'utilisation de ces outils sera donc pérennisée et généralisée. La Commission européenne s'est d'ailleurs engagée pour la modernisation des entités REL depuis quelques années par le biais de subventions offertes notamment pour s'équiper informatiquement. En 2021 et en 2022, c'est un total de deux millions d'euros qui sera dédié à nos nouveaux appels à propositions.

Lors de la première moitié de l'année 2020, la Commission européenne a été extrêmement occupée à gérer les conséquences de la crise de la COVID-19 dans les nombreux domaines concernés comme le Marché Intérieur et les libertés de circulation. Elle a œuvré avec acharnement pour accroître la coopération entre États-membres notamment dans le domaine de la santé.



**M. Jean-Pierre
TEYSSIER**

Médiateur du tourisme
et du voyage

Président du club des
médiateurs de service
aux publics

AU PLAN NATIONAL

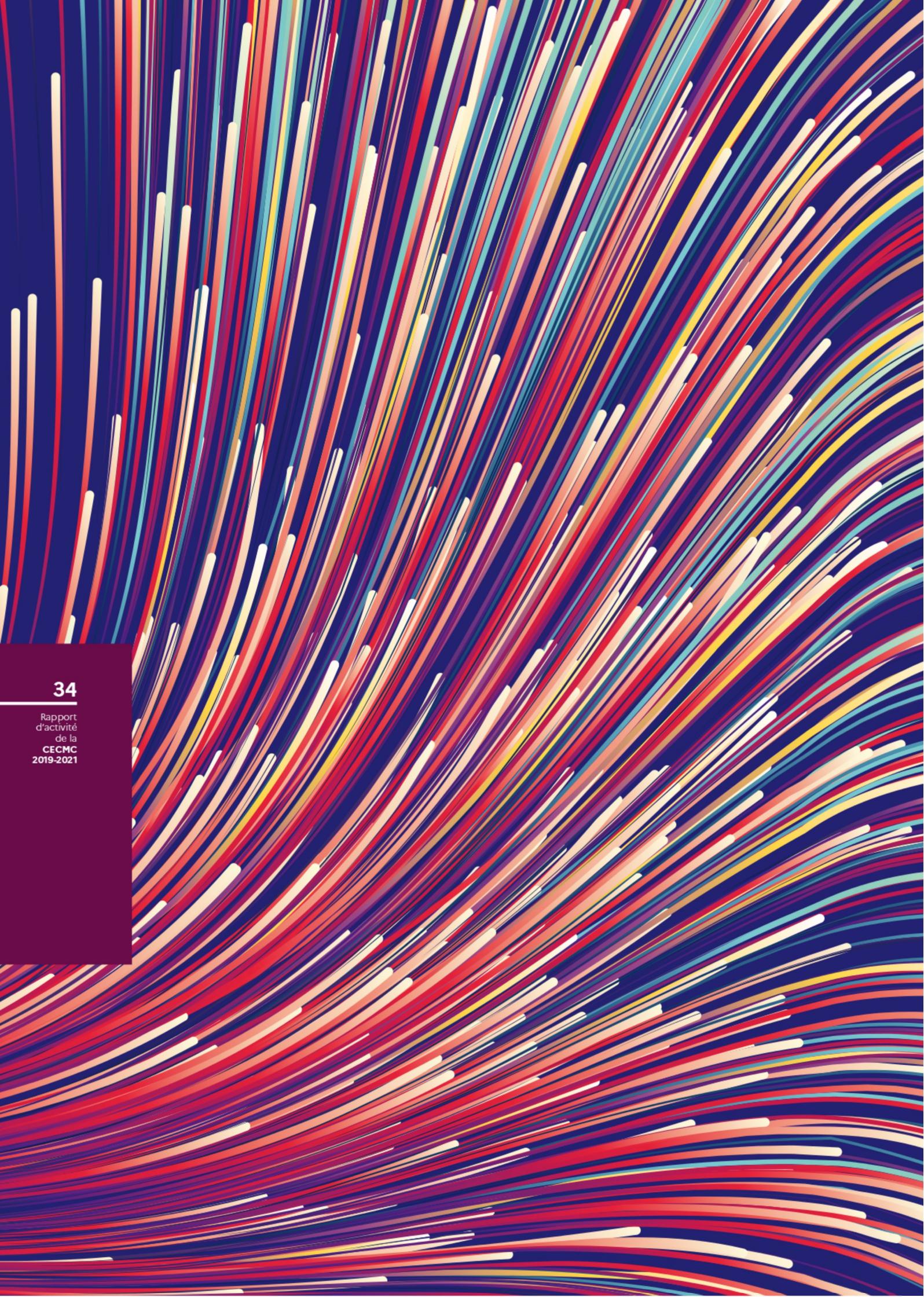
UN MÉDIATEUR PENDANT LA PANDÉMIE

La mission d'un médiateur de la consommation demande beaucoup d'humilité. L'année 2020, avec une pandémie qui a durement frappé le tourisme et le voyage, l'illustre particulièrement. Dans ce secteur le médiateur, qui s'imaginait aguerri par plusieurs années d'exercice, se pensant connaisseur averti du code du tourisme, lecteur attentif de la jurisprudence de la Cour de Justice européenne sur le transport aérien, et instruit des dernières évolutions du code de la consommation, s'est aperçu qu'il ne savait plus grand chose.

Il a été en effet brusquement placé en mars 2020 devant des situations inédites et des litiges de types nouveaux, auxquels ne pouvaient répondre en totalité, ni le droit existant, ni les solutions habituelles. Le juge n'était pas encore saisi, nous ne disposions pas de jurisprudence pour nous éclairer. Prenons l'exemple de la situation d'un voyageur français qui a réservé un voyage pour l'été 2020 et qui s'effraye légitimement de sa compatibilité avec une épidémie devenue mondiale. Il apprend les nombreuses restrictions décidées par les autorités publiques en France, et dans la plupart des pays, il est lui-même confiné durement de la mi-mars à la mi-mai, il entend les voix gouvernementales lui déconseiller les voyages.

Aussi, voulant se protéger, il annule au printemps son séjour. Il pense, en toute bonne foi, qu'une force majeure empêche son voyage : la pandémie lui semble présenter tous les attributs de cette (subtile) notion : événement extérieur, imprévisible et irrésistible. Surprise : son agence n'accepte son annulation qu'à condition de payer les frais d'annulation (qui peuvent aller jusqu'à 100 % du coût du forfait) prévus dans un contrat qui reste toujours valable. En effet si le voyageur est confiné chez lui, interdit de se rendre à l'aéroport ou en quarantaine obligée, l'avion, lui, peut partir et le séjour sur place est possible avec des frontières, des hôtels et des musées ouverts, ce qui a été très fréquent cet été dans les lieux touristiques. Il n'y a donc pas force majeure, comme l'a précisé la Cour de Cassation le 25 octobre dernier, car le prestataire pouvait honorer son contrat, et son client, dont la seule obligation est de payer le voyage, l'a respecté lui aussi. Du coup, il faut appliquer le contrat avec toute sa sévérité.

Le médiateur en est alors réduit à faire appel au bon sens : le voyageur, coincé chez lui, ne pouvant partir, ne peut pas ne pas être dédommagé. C'est là qu'intervient l'équité, l'arme dont dispose le médiateur quand le droit ne peut plus réparer une injustice. On peut dans un tel cas, par exemple, demander au voyageur de proposer un avoir pour permettre le report du voyage. Nous avons beaucoup plus fait jouer l'équité en 2020 dans ce type de situation, en faveur généralement du consommateur. Mais aussi en faveur d'entreprises en grandes difficultés. Le gouvernement a donné l'exemple en autorisant par ordonnance les voyagistes, à titre dérogatoire, de mars à septembre 2020, à rembourser leurs clients en avoir, et non en numéraire, pour les séjours annulés quand ils sont impossibles à exécuter du fait du COVID-19. L'équité s'est révélée pendant cette crise (qui dure encore), un outil efficace pour offrir des solutions à l'amiable. Les deux tiers de nos litiges ont été dus à la pandémie. Les demandes de médiation qui nous ont été adressées ont plus que doublé (111 %, avec 18.332 saisines). En dépit de toutes les difficultés rencontrées par une équipe en télétravail, les solutions que nous avons proposées ont été acceptées à plus de 96 %. La médiation, en s'attachant à la particularité de chaque litige, en jouant de l'équité comme du droit, a prouvé être un processus pragmatique et efficace, qui montre dans les temps de crise, toute son utilité sociale.

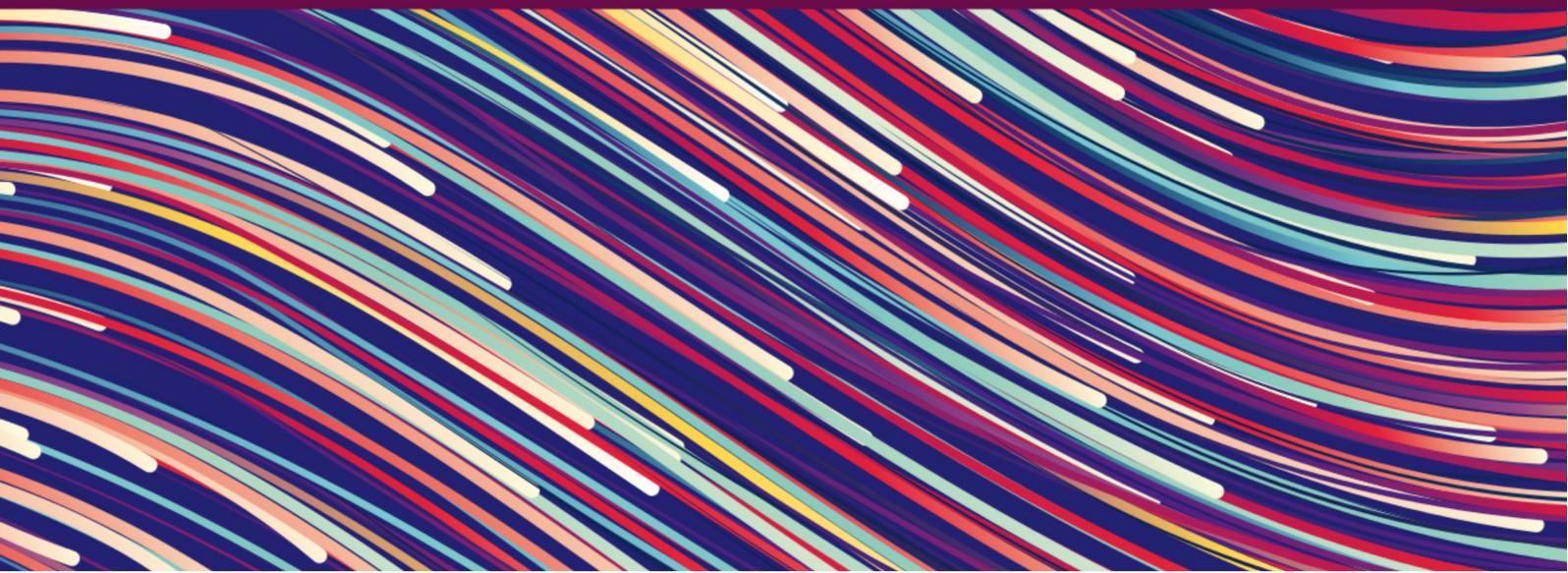




L'ÉVALUATION ET LE CONTRÔLE DES ENTITÉS RÉFÉRENCÉES PAR LA CECMC

35

Rapport
d'activité
de la
CECMC
2019-2021



Après un premier mandat consacré au référencement des médiateurs de la consommation pour permettre le déploiement du dispositif dans l'ensemble des secteurs d'activité, la CECMC tout en poursuivant l'examen des nouvelles candidatures qui lui ont été soumises, a centré sa mission sur le contrôle des entités référencées. Elle a défini à cette fin une programmation et une méthodologie d'évaluation et de contrôle adaptée aux exigences du code de la consommation.

LE PROGRAMME MIS EN PLACE PAR LA CECMC

La CECMC a établi un programme pluriannuel d'évaluation et de contrôle des dispositifs de médiation de la consommation reposant sur le principe d'une évaluation de chaque entité de médiation au moins une fois tous les trois ans.

Ce dispositif tend à vérifier que :

- les conditions au vu desquelles les entités de médiation ont été inscrites sur la liste des médiateurs de la consommation sont toujours réunies ;
- les points de vigilance identifiés lors de l'instruction des dossiers de référencement sont, soit stabilisés, soit réglés ;
- l'activité de médiation est effective et de qualité. La CECMC se fonde à cet effet sur l'existence ou non de signalements, les rapports annuels des médiateurs, le caractère suffisant ou non du contenu de ces rapports, la présence d'un faisceau d'indices de non-respect des exigences légales ou réglementaires... Le changement de médiateur est aussi l'occasion de mener un contrôle.

Dans le cadre de sa mission de contrôle, la CECMC a réalisé 23 contrôles depuis mars 2019. Ces contrôles ont concerné les différentes catégories de médiateurs.

LES DÉCISIONS DE RETRAIT

Deux entités de médiation ont fait l'objet en 2021 d'une décision de retrait de la liste des médiateurs de la consommation notifiée à la Commission européenne, dans le cadre de la procédure prévue aux articles L. 615-2 et R. 615-7 du code de la consommation. Il s'agit du centre de médiation et de cyber-services Médicys et de l'association Médiation-Net consommation.

Ces décisions ont conduit la CECMC à mettre en place un dispositif d'accompagnement des consommateurs et professionnels concernés par ces décisions avec l'appui des représentants des fédérations professionnelles et des associations de consommateurs présents au sein de la commission, et en lien étroit avec les services de la DGCCRF. Ce dispositif vise à répondre aux demandes des professionnels en quête d'un nouveau médiateur. Par ailleurs, un délai de trois mois a été laissé aux professionnels à compter de la décision de retrait pour se conformer à la loi et désigner une nouvelle entité de médiation de la consommation. Une assistance a également été apportée aux consommateurs qui avaient déposé un dossier auprès de l'entité déréféré ou dont le dossier était en cours de médiation.

LES OUTILS CRÉÉS PAR LA CECMC ET LES ACTIONS DE VALORISATION DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

RECUEIL DES PRINCIPALES DÉCISIONS

La CECMC a mis en place en 2020 un recueil de ses principales décisions qu'elle a rendu public, sans aucune restriction, sur son site internet (www.mediation-conso.fr).

Cette base permet à la CECMC d'assurer un traitement homogène de dossiers comparables. Sa large publicité, notamment en direction des médiateurs, permet également d'assurer une homogénéité et une sécurisation juridique de leurs pratiques.

Ce recueil comprend une centaine de fiches précisant la position de principe à caractère transversal dégagée par la CECMC, soit lorsqu'il s'agit d'interpréter les dispositions du code de la consommation dont il est fait application, soit lorsque ce code ne régit pas précisément les cas rencontrés.



**Mme Sabine
DESVAUX**

Professeur
des universités –
université d'Angers
Membre de la CECMC

En quoi était-il important pour la CECMC de procéder à l'élaboration de sa jurisprudence ?

La CECMC, mise en place en décembre 2015 afin de répondre aux impératifs de la directive n° 2013/11/UE du 21 mai 2013, est en France le pivot de la médiation de la consommation en ce qu'elle garantit que les médiateurs inscrits sur la liste de la Commission européenne sont indépendants et impartiaux, et qu'ils agissent selon une procédure transparente, accessible, efficace et équitable. Depuis janvier 2016, au fur et à mesure de l'examen des dossiers qui lui ont été soumis, la CECMC a dû préciser les dispositions du Titre I^{er} du Livre VI du code de la consommation relatives à la médiation de la consommation lorsqu'elles n'étaient pas suffisamment explicites et prendre position sur des questions juridiques inédites afin de mettre en œuvre le dispositif de manière concrète et utile.

La création d'un recueil recensant les différentes décisions adoptées est alors apparue indispensable, à la fois pour la Commission qui doit pouvoir s'appuyer sur des positions de principe pour assurer un traitement homogène de dossiers comparables, et pour les médiateurs qui doivent pouvoir y trouver des réponses aux questions qu'ils se posent là où la législation est muette ou source d'interprétation.

La CECMC a souhaité porter le recueil de jurisprudence à la connaissance de tous les acteurs de la médiation, professionnels, consommateurs, et médiateurs. Cette large diffusion permet une meilleure compréhension des critères autorisant l'inscription puis le maintien des médiateurs de la consommation sur la liste de la Commission européenne, et participe ainsi à garantir une médiation de qualité et un recours effectif à la médiation de la consommation.



**Mme Christine
BARATELLI**

Directrice de mission -
direction juridique
du MEDEF
Membre de la CECMC

En quoi les recommandations de la CECMC peuvent-elles être utiles aux professionnels ?

La CECMC a répondu à une attente de longue date des professionnels en rendant publique sa doctrine élaborée depuis sa mise en place, sous la forme d'un recueil de « jurisprudence ». Ces recommandations sont particulièrement utiles car, au-delà de la transparence qu'elles apportent sur le travail effectué par la commission, elles répondent à des interrogations soulevées tout au long du processus et que le cadre légal n'avait pas traitées, créant ainsi une insécurité juridique.

Cette transparence était nécessaire pour informer et rassurer les professionnels sur le degré d'exigences imposé dans le choix des médiateurs et pour expliquer pourquoi certains choix doctrinaux avaient été faits dans le respect des principes d'indépendance et d'impartialité du médiateur. Le recueil de la CECMC apporte la garantie que les médiateurs obtiennent leurs agréments selon des règles uniformisées afin de s'assurer d'une application optimale aussi bien pour les professionnels que pour les consommateurs.

Par ailleurs, il donne des précisions très utiles pour les professionnels sur le déroulé du processus de médiation qui vont du choix de leur médiateur à la fin de la médiation. De manière non exhaustive, on pourra noter des éclairages nécessaires apportés sur les modalités de conclusion et de mise en œuvre des conventions conclues entre un médiateur et un professionnel, la suspension de la prescription de l'action en justice et son point de départ qui permettent de distinguer clairement la médiation de la consommation de

l'action en justice, la confidentialité des échanges et des pièces transmises par le professionnel, les conséquences du silence de l'une des parties au litige à la proposition de solution du médiateur, etc.

Enfin, le recueil de la CECMC vient également en complément des actions d'information et de sensibilisation réalisées par les organisations professionnelles en la matière, en délivrant aux entreprises qui n'ont pas accès aux services proposés par ces dernières, notamment les TPE et PME, des précisions utiles pour comprendre le bon déroulement de ce processus obligatoire.



© Alexis Lecomte

M. Alain BAZOT

Président
de l'UFC-Que Choisir
Membre de la CECMC

Pourquoi était-il important pour la CECMC de rendre publiques ses recommandations ?

La CECMC exerce depuis plus de 5 ans son activité de référencement et de contrôle des médiateurs de la consommation. C'est donc une institution encore jeune, qui a dû bâtir rapidement, compte tenu de l'afflux de demandes de référencement, un référentiel cohérent de mise en œuvre ou d'interprétations, s'attachant à mettre en place une médiation de la consommation au plus près conforme à la volonté du législateur.

Historiquement peu développée en France, en déficit de confiance de la part des consommateurs, l'instauration d'une généralisation de la médiation de la consommation se doit de renverser la tendance, de gagner ses lettres de noblesse. La CECMC, en faisant le choix de la transparence, en publiant ses fiches de jurisprudence, ses recommandations, montre comment elle entend garantir la qualité du dispositif, proposé aux consommateurs en litiges avec les professionnels, et imposé par la loi aux entreprises.

Mettre à la disposition de tous les acteurs, financeurs, médiateurs, utilisateurs, et de leurs représentants, fédérations, associations... ses exigences au moment de l'examen des dossiers de candidature, comme lors des contrôles réalisés, ne peut qu'aider à la bonne compréhension, et donc appropriation par tous, de ce mode alternatif de règlement des différends en matière de consommation.

LE SITE INTERNET DE LA CECMC : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso>

La CECMC a mis en place, dès sa création, un site Internet comportant des informations diversifiées sur la médiation de la consommation. Outre une présentation de la CECMC et l'actualité de ses travaux (décisions de retrait de la liste des médiateurs de la consommation), il contient de nombreuses informations à destination des consommateurs, des professionnels et des médiateurs : liste des médiateurs de la consommation référencés par la CECMC, recueil de jurisprudence, fiches pédagogiques pour les consommateurs et les professionnels, liste des documents nécessaires à tout dépôt de dossier de candidature, liens utiles aux démarches et recherches d'information...

LES ACTIONS DE VALORISATION DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

SÉMINAIRES – INTERVIEWS - COLLOQUES

- « Les plateformes de médiation en ligne dans le paysage de la médiation de la consommation », in Les plateformes de règlement extrajudiciaire des différends. Dynamiques et perspectives, colloque sous la direction de M. S. Chassagnard-Pinet, Lille, mai 2021, Mare et Martin.

- Intervention de M. Marc El Nouchi, Président de la CECMC, devant la promotion 2021 des inspecteurs principaux de la DGCCRF (avril 2021).
- Intervention, le 5 février 2021, de Mme Sabine Desvaux, membre de la CECMC, professeur des Universités – université d'Angers devant le Club des médiateurs aux services du public.
- « *La médiation de la consommation : de la spécificité à l'exemplarité* », in *Intermed. Regards interdisciplinaires sur la médiation – Phénomène juridique et social*, Actes du colloque sous la dir. sc. de S. Lambert-Wiber et V. Lasserre, Dalloz, coll. « Thèmes et commentaires », mars 2021, p. 121 – Intervention de Mme Sabine Desvaux.
- « *Cinq ans de médiation de la consommation : bilan et perspectives* », conférence au sein de la Commission juridique de la Fédération de la vente à distance et du e-commerce (FEVAD), Paris, mars 2021 ; Intervention de Mme Sabine Desvaux.
- Participation de Mme Sabine Desvaux au colloque du 25 novembre 2020 organisé par le Comité national économique et financier du Congo - « *Mise en œuvre de la médiation financière au Congo : État des lieux et perspectives* ».
- Intervention le 12 octobre 2020 de M. Marc El Nouchi, Président de la CECMC, devant le Club des médiateurs des services au public.
- Participation en juin 2020 de M. El Nouchi à la conférence des commissions nationales de contrôle et d'évaluation sous l'égide de la Commission européenne.
- Présidence et modération par Mme Sabine Desvaux de la table ronde « *Panorama de la médiation de la consommation en droit français et au sein de l'Union européenne* », in Premier congrès international sur les médiations organisé par l'Association des médiateurs des collectivités territoriales (AMCT), Angers, 2020.
- Interview de M. Marc El Nouchi, Président de la CECMC, – Le Particulier – Janvier 2021 – Les médiateurs de la consommation sont-ils efficaces ?

ARTICLES JURIDIQUES

- La semaine juridique – Entreprise et Affaires – N° 4 – 28 janvier 2021 : 3 Questions : Le recueil de jurisprudence de la CECMC – M. Marc El Nouchi, Président de la CECMC.
- Jurisclasseur Concurrence, consommation, 2021 : « *La résolution extrajudiciaire des litiges de consommation* », Fasc. 1230, refonte, 2021.
- Les archives de philosophie du droit – Tome 61 – 2019 : La médiation de la consommation – M. Marc El Nouchi, Président de la CECMC.
- « *Consommation et médiation* », in *Le droit européen de la consommation : dernières évolutions procédurales et matérielles*, colloque organisé par la Délégation des barreaux de France, Bruxelles, nov. 2019.
- « *La médiation en ligne est-elle l'avenir de la médiation ?* », in *Les nouvelles technologies et leur incidence en droit de la consommation*, dossier sous la dir. sc. de Mme Sabine Bernheim-Desvaux, Cahier de droit de l'entreprise sept.-oct. 2019, p. 21 et s.
- « *Médiation de la consommation versus conciliation de justice : vers la complémentarité* », *Contrats, concurrence. consommation.* août-sept. 2019, Repère n° 8 – Mme Sabine Desvaux.

FORMATIONS

- Formations de l'IGPDE sur la jurisprudence de la CECMC.

COOPÉRATION TRANSFRONTALIÈRE

- Experts français sollicités par Northern Ireland Cooperation Overseas (appartenant au département d'économie du Gouvernement d'Irlande du Nord) pour participer à une délégation européenne auprès du Ministère du Commerce algérien : présentation du règlement amiable des litiges de la consommation, des garanties et des délais de réflexion/rétractation aux représentants du ministère, aux magistrats et aux associations de consommateurs, Alger, 2019 – Mme Sabine Desvaux et M. Joseph Perata.





LES PROPOSITIONS D'ÉVOLUTION DU CADRE JURIDIQUE DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

41

Rapport
d'activité
de la
CECMC
2019-2021

APRÈS CINQ ANS DE MISE EN ŒUVRE, LE DISPOSITIF DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION DOIT ÉVOLUER POUR SE DÉVELOPPER



**Mme Edith
SUDRE**

Conseillère à la Cour
de cassation

Vice-présidente
de la CECMC

Au cours du premier mandat de ses membres, de 2016 à 2019, la CECMC s'est employée à procéder au référencement de nombreux médiateurs afin de mettre en œuvre la directive européenne de 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et couvrir tous les secteurs du droit de la consommation.

La seconde mandature, installée en mars 2019, a poursuivi cette activité mais s'est attachée, en sus, à exercer la mission de contrôle des dispositifs de médiation référencés, qui lui est confiée par les articles L. 615-1, 3° et R. 615-7 du code de la consommation, afin de s'assurer que les médiateurs désignés répondent toujours aux conditions et exigences de qualité propres à l'exercice de leur activité.

Elle a ainsi, au cours des 28 mois écoulés entre mars 2019 et juillet 2021, procédé au référencement de 17 nouveaux médiateurs sur les 31 dossiers traités, de sorte qu'elle gère, à ce jour, 91 entités de médiation et a procédé au contrôle de l'activité de 23 médiateurs.

Ces contrôles ont été réalisés à l'occasion des demandes de renouvellement du mandat du médiateur, des changements de médiateur (12) mais aussi lorsque par suite de signalements des consommateurs, des dysfonctionnements ont été pointés.

Faisant application de la procédure prévue par les articles L. 615-1, L. 615-2 et R. 615-7 du code de la consommation, la CECMC a décidé de déréférencer deux entités de médiation : celles du centre de médiation et de cyber-services Médicys et de l'Association Médiation-Net consommation. Elle a, en outre, accompagné et soutenu plusieurs entités dans leurs démarches pour restructurer leur dispositif et se mettre en conformité avec les exigences de la directive européenne et la lettre du code de la consommation (médiation de l'assurance, Association des médiateurs européens - AME-Conso, Association Nationale des Médiateurs - ANM).

Ces missions de contrôles mobilisent pleinement le secrétariat de la CECMC, en raison des investigations particulières qu'elles impliquent (analyse des rapports d'activité des médiateurs, échanges avec celui-ci sur les difficultés rencontrées dans l'exercice de sa mission, notamment du fait de la pandémie liée à la COVID-19, suivi du site internet, signalement des consommateurs, informations communiquées par la DGCCRF, études de fond des procédures de médiation communiquées...). Elles ont conduit la CECMC à se réunir 23 fois en séances restreintes ou plénières, étant précisé que plusieurs dossiers étant inscrits à l'ordre du jour de ces séances, certains médiateurs faisant l'objet d'un contrôle, ont été entendus plusieurs fois.

Ces réunions ont été révélatrices de certaines faiblesses et imperfections du dispositif français de la médiation de la consommation résultant notamment du choix, fait par la France, de maintenir la médiation d'entreprise, qui porte en elle le risque d'une atteinte à l'impartialité et à l'indépendance du médiateur choisi, le plus souvent, parmi les anciens cadres de l'entreprise et contraint la CECMC à porter une attention particulière aux dossiers de candidature qui lui sont soumis puis au fonctionnement du dispositif mis en œuvre.



Les points de vigilance sur lesquels elle porte notamment son attention concernent :

- le taux important d'irrecevabilité des procédures de médiation au regard des dispositions de l'article L.612-2 du code de la consommation. Ce taux a été, en 2020, en moyenne de 50 % et a dépassé, dans certains cas, 80 % (médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA), Association nationale des médiateurs (ANM)) ;
- le refus d'entrer en médiation de certains professionnels, qui après s'être conformés à leurs obligations réglementaires en adhérant à une entité de médiation ne donnent aucune suite aux demandes d'entrer en médiation qui leur sont adressées (professions réglementées : architectes, avocats, notaires et le secteur de l'automobile) ;
- l'exploitation par certaines entités de médiation de cette situation qui les conduit à privilégier une démarche commerciale consistant à multiplier la signature par les professionnels de conventions-cadres, sans réaliser de médiation. Cette pratique constitue une dérive du dispositif de médiation en ce qu'elle révèle son inefficace, que la CECMC entend fermement dénoncer et s'emploie à y remédier par des propositions de réforme des textes ;
- la nécessité d'assurer une meilleure lisibilité du dispositif de médiation de la consommation qui se distingue de la médiation conventionnelle et judiciaire. À cet égard, si l'autonomie de la médiation de la consommation, compte tenu de la force et de l'efficacité du réseau associatif dont elle bénéficie, doit être privilégiée, elle doit aussi s'articuler de manière harmonieuse dans le paysage des modes alternatifs de règlements des conflits.

Consciente de ce que ces difficultés peuvent conduire à des dérives, la CECMC, forte de son expérience acquise au cours des cinq années écoulées, s'est attachée à rechercher des solutions. Elle préconise, à cet effet, plusieurs modifications législatives et réglementaires destinées à améliorer le fonctionnement de la médiation de la consommation afin d'en garantir l'efficacité conformément à l'esprit de la directive européenne et à la lettre du code de la consommation.

Celles-ci au nombre de 20, font l'objet des développements qui suivent.

LE CONSTAT



**M. Jean-Pierre
PIZZIO**

Médiateur du
commerce et
de la distribution -
président de la
Commission paritaire
de médiation
de la vente directe -
Président de la
Commission paritaire
de médiation de
la franchise

LES SILENCES DE LA LOI

APERÇU SUR LES ENTRAVES À LA MÉDIATION TENANT AU SILENCE DE LA LOI

I - Préambule

Ce bref commentaire constitue une approche partielle des obstacles à la médiation, dans la mesure où il est le fruit de l'expérience d'un médiateur exerçant ses fonctions dans trois dispositifs de médiation.

Si l'on veut tenter d'identifier les médiations concernées, il est possible de distinguer entre les médiations d'entreprise instituées par le professionnel pour mettre en place un dispositif propre de règlement extrajudiciaire de ses litiges et les autres médiations externalisées auxquelles recourt le professionnel pour satisfaire à ses obligations légales.

Ce sont dans ces dernières médiations, où la volonté de recourir à la médiation ne procède pas d'une même démarche, que les obstacles au bon déroulement du processus de médiation sont les plus apparents.

II - Les entraves constatées

Pour comprendre la cause de ces entraves, il faut se rappeler que, en dehors des règles fixant son encadrement légal et réglementaire, la médiation relève du domaine conventionnel laissé à la volonté des parties qui élaborent une charte ou un règlement pour organiser son fonctionnement.

Dans certains domaines, ces règles conventionnelles, souvent méconnues d'ailleurs, ont besoin du renfort de la loi pour structurer davantage le processus de médiation afin, comme vient de le souligner la Commission européenne, d'une part de renforcer l'accessibilité de ce processus par le consommateur, d'autre part de garantir son bon déroulement nécessaire à la recherche d'une solution amiable.

1 - Renforcer l'accessibilité du processus de médiation

Deux obstacles perturbent l'entrée en médiation.

Un premier obstacle prive le consommateur de son droit à la médiation lorsqu'il se heurte au silence du professionnel qui, tout en garantissant le recours au médiateur qu'il a désigné, ne répond pas à sa demande.

Sans contraindre le professionnel à accepter la médiation, ce qui est incompatible avec l'essence de la médiation qui est facultative et volontaire, le fait qu'elle repose sur une convention devrait au moins permettre de mettre à la charge du professionnel une obligation de loyauté l'obligeant à répondre pour donner un sens à son silence.

Cette solution a besoin d'un renfort légal sous la forme d'une information précisant qu'au-delà d'un certain délai, généralement un mois, son absence de réponse équivaudra à un refus.

Un second obstacle réside dans l'incapacité du consommateur de formuler son litige à partir de la lecture des documents contractuels du professionnel qui, dans certains domaines et notamment dans celui des garanties dans la vente, ne permettent pas de distinguer, par la présentation qui en est faite, la garantie légale de conformité des garanties contractuelles, garantie commerciale du vendeur et du fabricant, d'autant plus

que la garantie de conformité, qui est mentionnée dans les conditions générales de vente n'a pas la même visibilité que les garanties commerciales figurant sur le bon de commande ou le ticket de caisse.

Il s'ensuit un détournement de l'objet de la saisine qui n'est plus l'exposé d'un litige, mais qui devient une demande de conseil faite au médiateur pour formuler la demande.

Là encore, un apport légal consistant à rendre visible et compréhensibles les droits du consommateur serait souhaitable.

2 - Garantir le bon déroulement du processus de médiation

Ce qui est en cause, c'est la conception de la médiation qui ne doit pas faire du médiateur une espèce de juge se limitant à formuler un avis dès la réception des documents des parties, mais faire du médiateur une personne qui conduit le processus de médiation en accompagnant les parties dans la recherche d'une solution au litige, ce qui implique un dialogue et des échanges dirigés et structurés par le médiateur.

Or, cette conception de la médiation est battue en brèche par le silence des parties au cours du processus, soit du professionnel à compter de la saisine du médiateur déjà évoqué, soit d'une partie à compter de la proposition de l'autre partie, soit de l'une ou l'autre partie à compter de la solution proposée par le médiateur.

Malgré des délais fixés conventionnellement pour canaliser le temps de réponse, souvent prorogés par des relances allongeant la durée de la médiation, ce qui est néfaste à son image, la solution doit encore venir de la loi qui doit fixer le délai de réponse acceptable et surtout indiquer que son dépassement sera interprété comme un abandon ou un échec de la médiation en cours.

Le refus du professionnel d'entrer en médiation

Certains professionnels, qui après s'être conformés à leurs obligations réglementaires, en adhérant à une entité de médiation, ne donnent aucune suite aux demandes d'entrer en médiation qui leur sont adressées.

En 2020, elles ont concerné 6,4 % des saisines recevables. Ce taux recouvre des situations très différentes selon les secteurs d'activité ou la catégorie de médiation.

En effet, il reste marginal dans certains secteurs de la médiation tandis qu'il est très sensible dans d'autres comme le secteur des professions réglementées (architecte, avocat, notaire) mais aussi le secteur de l'automobile. De même, le taux de refus d'entrer en médiation des professionnels relevant d'associations ou sociétés de médiateurs était de plus de 27 % des saisines en 2020.

Certains professionnels expliquent leur refus d'entrer en médiation par l'accord trouvé directement auprès du consommateur concerné dès qu'ils ont été informés de la saisine du médiateur.

Aux termes de l'article L 611-1 de ce code, « *la médiation des litiges de la consommation est un processus de médiation conventionnelle (...)* ». Il s'agit d'un processus volontaire et non contraignant : les parties sont en effet libres d'y recourir pour résoudre leurs différends, d'entrer ou non en médiation ou de s'en retirer une fois le processus commencé. (cf. *fiche de jurisprudence n° 2*).

La notification aux parties de sa saisine par un consommateur précise qu'elles peuvent à tout moment se retirer du processus (article R.612-2 du code de la consommation).

Le code de la consommation ne prévoit aucune obligation pour le professionnel d'entrer en médiation, ni les modalités pour exprimer le refus de participer à une médiation de la consommation.

La question se pose néanmoins de savoir si le **refus réitéré ou systématique** d'un professionnel d'entrer en médiation ne pourrait pas être regardé comme une méconnaissance des dispositions de l'article L.612-1 du code de la consommation qui disposent que « *Le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation* ». Et ce alors même que le professionnel aura mis en place un dispositif de médiation et qu'il s'acquitterait formellement de son obligation de fournir aux consommateurs les coordonnées du médiateur dont il relève en application de l'article L.616-1 du même code.

Le code de la consommation ne précisant pas les modalités d'expression du refus d'entrer en médiation, la CECMC recommande au médiateur de constater explicitement ce refus, par exemple en mentionnant dans le courrier de notification de la saisine du médiateur que le silence du professionnel pendant 15 jours sera interprété comme un refus, ou en adressant un courrier de relance au professionnel lui indiquant que son silence persistant sera interprété comme un refus.

Garante du bon fonctionnement des dispositifs de médiation de la consommation français inscrits sur la liste de la Commission européenne, la CECMC a alerté à de nombreuses reprises les représentants des secteurs d'activité dans lesquels est constaté un refus généralisé des professionnels d'entrer en médiation, dans le prolongement des échanges menés avec les médiateurs concernés pour en connaître les raisons.

Les secteurs de la réparation automobile et des professions réglementées font partie de ceux où le nombre de refus d'entrer en médiation reste élevé.

Le cas particulier des professions réglementées

Elles sont soumises à l'obligation de relever d'un médiateur de la consommation à la seule exception des services de santé fournis par des professionnels de la santé aux patients pour évaluer, maintenir ou rétablir leur état de santé (articles L.611-4 du code de la consommation).

Elles peuvent désigner le médiateur de leur choix à condition qu'il figure sur la liste des médiateurs de la consommation référencée par la CECMC. Certaines d'entre elles ont opté pour un médiateur de la consommation adossée à un organisme professionnel (ordre, fédération, etc.) : c'est le cas des avocats, des notaires et des vétérinaires. S'agissant des huissiers, un syndicat de la profession a opté pour la désignation d'une association de médiateurs. La Chambre nationale des commissaires de justice a, de son côté, déposé un dossier de candidature auprès de la CECMC.

La CECMC prend acte de ces mises en conformité progressives au cadre juridique de la médiation de la consommation. Néanmoins, des résistances « culturelles » persistent et l'orientation des clients vers des procédures internes de règlement des litiges est le plus souvent privilégiée alors qu'elles ne présentent pas les mêmes garanties d'indépendance et d'impartialité que la médiation de la consommation.

LES PROPOSITIONS D'ÉVOLUTION DU CADRE JURIDIQUE

FACILITER LA MISE EN PLACE DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION AUPRÈS DE TOUS LES PROFESSIONNELS

PROPOSITION n° 1

Généraliser l'accès à un dispositif de médiation dans tous les secteurs professionnels par la création d'une entité ad hoc

Il s'agit de créer une « entité résiduelle » de médiation de la consommation, au sens de la directive n° 2013/11 du 21 mai 2013, pour permettre aux entreprises qui n'ont pas encore mis en place un tel dispositif, et notamment aux très petites entreprises, de pouvoir remplir leur obligation légale dans des conditions tenant compte de leur taille et de la nature des litiges dont elles peuvent être saisies. Les consommateurs seraient ainsi assurés de pouvoir recourir à un médiateur quels que soient les litiges. Cette entité pourrait en outre être sollicitée pour pallier l'empêchement d'un médiateur ou pour assurer la continuité du traitement des saisines en cas de décision de retrait du médiateur de la liste des médiateurs notifiée à la Commission européenne.

FACILITER L'ACCÈS DES CONSOMMATEURS À LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION EN SUPPRIMANT LES FREINS

PROPOSITION n° 2

Fluidifier cet accès en prévoyant que le médiateur de la consommation est valablement saisi d'un litige à l'issue d'un délai de deux mois suivant l'envoi, par le consommateur, d'une réclamation écrite au professionnel quel que soit le service auquel cette réclamation est adressée, et dès lors que cette réclamation n'a pas trouvé de réponse satisfaisante dans ce délai. Supprimer à cet effet, à l'article L. 612-2 du code de la consommation les termes « selon les modalités prévues au contrat »

En effet, le taux d'irrecevabilité élevé des saisines constaté, principalement dû à l'absence de tentative préalable de résolution du litige par le consommateur auprès du professionnel est aggravé par la pratique du double niveau de réclamation instauré par certains professionnels, qui conduit souvent le consommateur à renoncer à sa démarche ou à s'adresser directement au médiateur sans suivre la procédure prévue par les textes.

PROPOSITION n° 3

Diversifier les modalités d'accès du consommateur aux coordonnées du médiateur compétent pour tout litige de consommation par le biais d'une plateforme en ligne telle que « SignalConso »

Cette proposition vise à permettre à tout consommateur d'identifier aisément le médiateur désigné par le professionnel avec lequel il a un litige par le biais d'un support unique autre que le site Internet du professionnel ou ses documents commerciaux.

PROPOSITION n° 4

Proscrire du champ de compétence des médiateurs de la consommation les clauses d'exclusion générale qui limitent le droit au recours des consommateurs

PROPOSITION n° 5

Interdire la pratique selon laquelle le médiateur subordonne l'engagement du processus de médiation au paiement par le professionnel des frais de médiation

LES PROPOSITIONS D'ÉVOLUTION DU CADRE JURIDIQUE DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

RENFORCER L'INDÉPENDANCE DES MÉDIATEURS DE LA CONSOMMATION

PROPOSITION n° 6

Instaurer pour les médiateurs d'entreprise un délai de viduité faisant obstacle à ce qu'ils puissent être désignés en tant que médiateur de la consommation moins de deux ans au minimum après avoir quitté l'entreprise

PROPOSITION n° 7

Renforcer la compétence des médiateurs de la consommation par le suivi de formations régulières en droit de la consommation et dans leur secteur d'intervention

PROPOSITION n° 8

Étendre à tous les médiateurs de la consommation, quelle que soit la catégorie ou la forme juridique dont ils relèvent, le principe selon lequel ils doivent disposer de moyens suffisants leur permettant de mener à bien leur mission

PROPOSITION n° 9

Veiller expressément à ce que tout médiateur de la consommation exerçant plusieurs activités prenne des dispositions permettant de garantir la stricte étanchéité entre l'activité de médiation de la consommation et ses autres activités

PROPOSITION n° 10

Formaliser la désignation par le professionnel d'un médiateur dûment inscrit sur la liste notifiée à la Commission européenne par la conclusion d'une convention prévoyant expressément les stipulations garantissant l'indépendance du médiateur de la consommation

PROPOSITION n° 11

Interdire le recours à la sous-traitance pour l'exercice de tâches relevant de la seule responsabilité du médiateur (examen de la recevabilité, proposition de solution) ainsi que la pratique consistant pour le médiateur à se faire assister du professionnel lors de l'examen de la recevabilité de la demande

L'indépendance du médiateur est indispensable à la confiance des parties et constitue un gage d'efficacité et de réussite du processus de médiation. Les propositions ci-dessus visent à en renforcer les garanties.

FAVORISER DES PROCESSUS DE MÉDIATION EFFICACES ET TRANSPARENTS

PROPOSITION n° 12

Prévoir qu'en application de l'article R.612-2 du code de la consommation seuls les documents du consommateur indispensables à l'examen de la recevabilité doivent être exigés à ce stade, de sorte que les délais ne soient pas exagérément allongés à des fins dilatoires

PROPOSITION n° 13

Fluidifier la gestion des dossiers en instaurant une obligation pour le professionnel d'informer le médiateur de la consommation, dans un délai que ce dernier détermine, de son accord ou de son refus d'entrer en médiation. Le médiateur définit la portée qu'il accorde au silence du professionnel au terme de ce délai, selon qu'il vaille acceptation ou refus

PROPOSITION n° 14

Permettre au médiateur de fixer un délai de transmission par le professionnel des documents demandés lors de la phase d'instruction du dossier

**PROPOSITION
n° 15**

Mentionner expressément que le médiateur demeure le garant du bon déroulement de la médiation tout au long du processus, y compris dans la phase de rapprochement amiable entre les parties

**PROPOSITION
n° 16**

À l'issue de la médiation : préciser les effets juridiques de l'acceptation de la proposition du médiateur ; la possibilité laissée aux parties de demander au juge d'homologuer leur accord, dans les conditions prévues par le code de procédure civile, pourrait s'avérer pertinente pour des litiges à fort enjeu juridique ou financier ; préciser les modalités de clôture d'une médiation de la consommation notamment en cas de silence des parties

Le silence actuel de la loi sur certaines étapes du déroulement du processus de médiation peut conduire les médiateurs de la consommation à interpréter les textes de façon différente et à adopter des pratiques de médiation hétérogènes. La CECMC préconise d'apporter des précisions au cadre juridique actuel afin d'améliorer l'examen de la recevabilité des dossiers, le déroulement du processus de médiation et de préciser les modalités de clôture de la médiation aux fins de parvenir à des pratiques communes de médiation et fluidifier la gestion des dossiers.

**HARMONISER LES RÈGLES S'APPLIQUANT
AUX MÉDIATEURS PUBLICS**

**PROPOSITION
n° 17**

Étendre au médiateur de l'AMF et au médiateur des jeux la disposition en vigueur pour le médiateur national de l'énergie selon laquelle le consommateur non satisfait de la réponse apportée par un médiateur intervenant dans le même champ de compétence que le médiateur public, peut toujours recourir à ce dernier

**PROPOSITION
n° 18**

Préciser la rédaction de l'article L.612-5 du code de la consommation afin de mieux affirmer la compétence de principe des médiateurs publics

Il s'agit d'harmoniser les règles applicables aux trois médiateurs publics existants et d'affirmer plus précisément la compétence de principe de ces médiateurs dans le secteur d'activité qu'ils couvrent.

**PROTÉGER LE STATUT DU MÉDIATEUR
DE LA CONSOMMATION**

**PROPOSITION
n° 19**

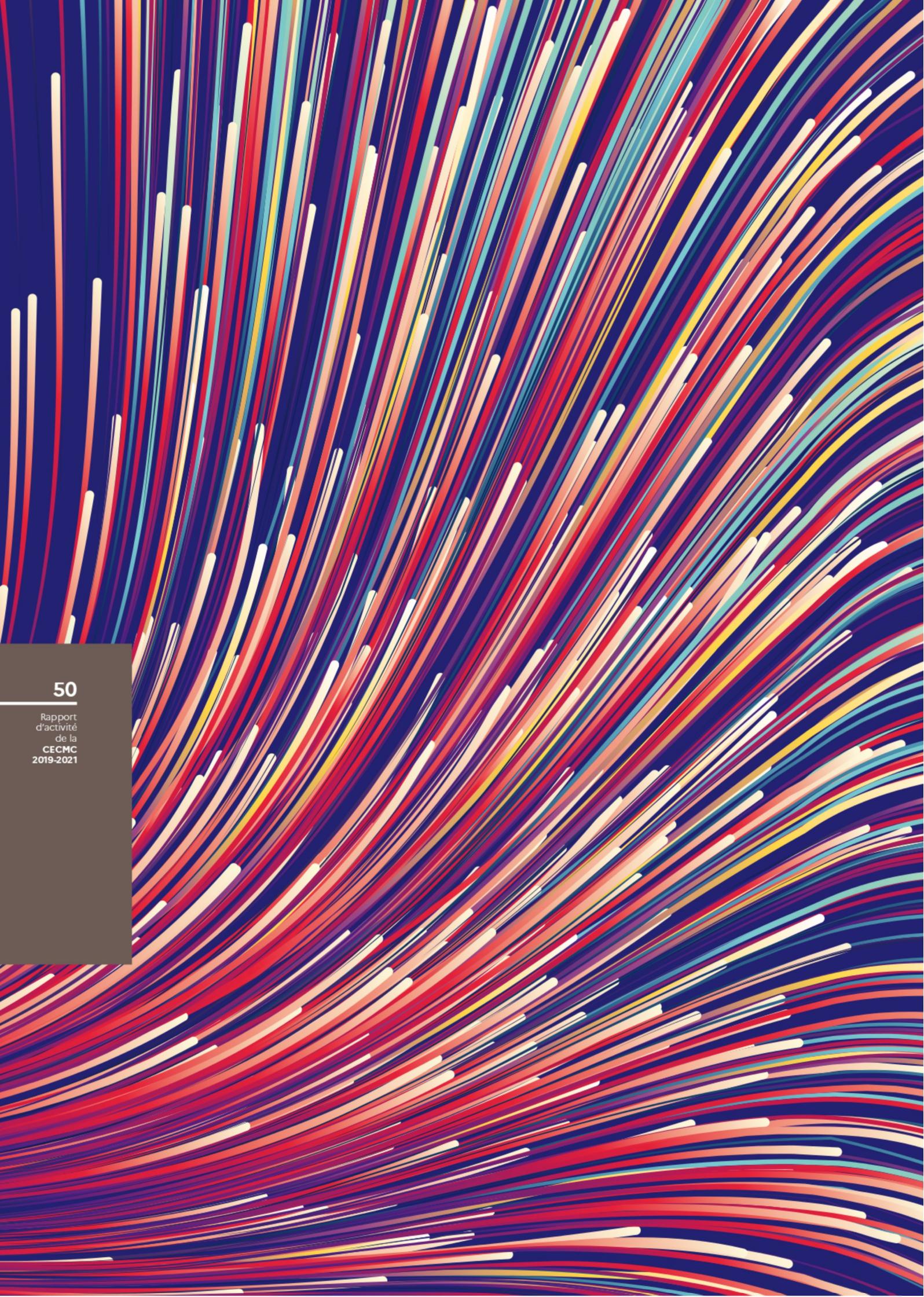
Prévoir que seules les personnes physiques ou morales accomplissant une mission de médiation au sens de l'article L.611-1 du code de la consommation et inscrites sur la liste des médiateurs notifiés à la Commission européenne dans les conditions prévues à l'article L.615-1, peuvent utiliser le titre de médiateur de la consommation

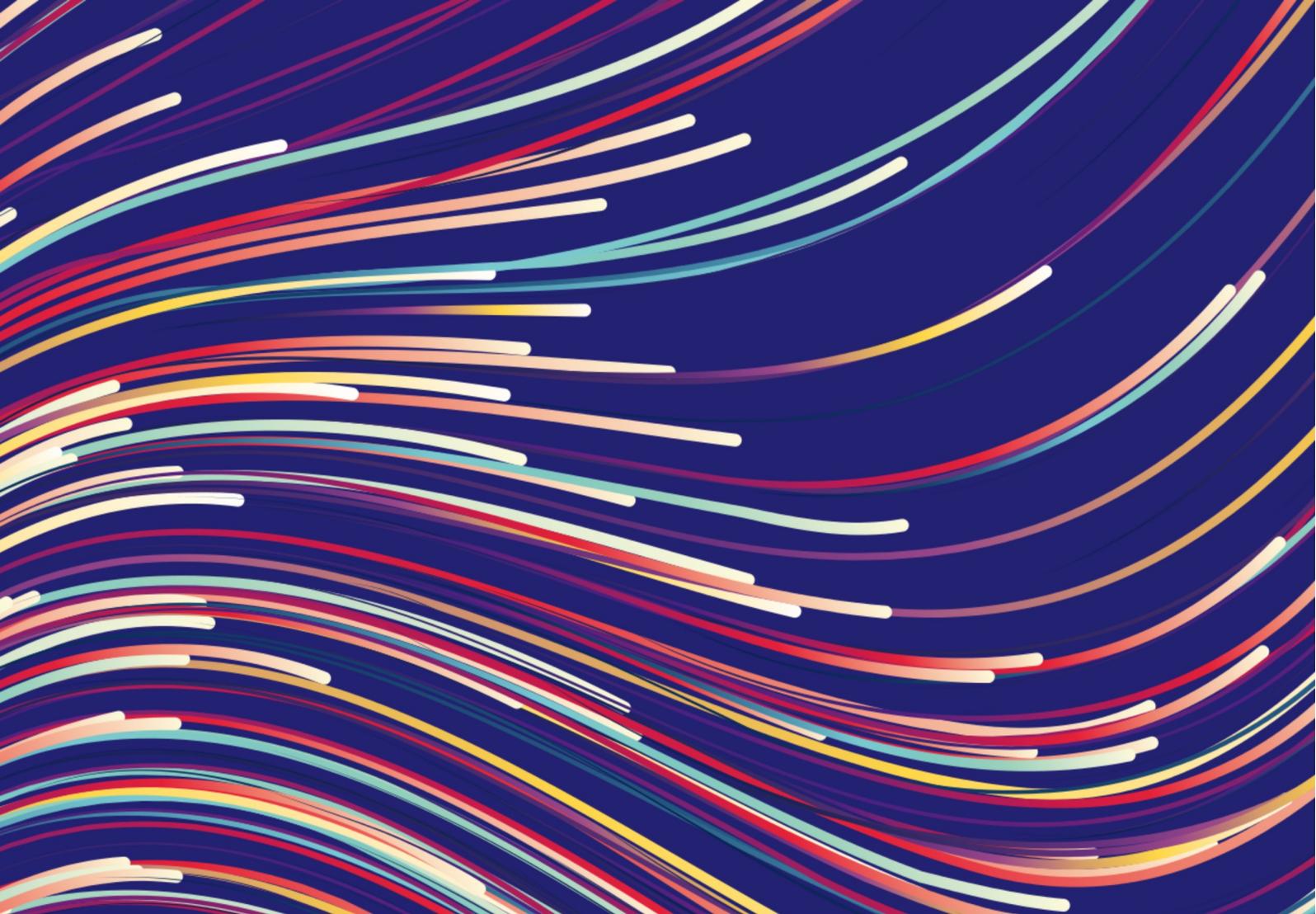
Assortir le non-respect de cette obligation d'une sanction

**PROPOSITION
n° 20**

Définir la notion de médiateurs, personnes physiques, travaillant pour le compte d'une entité personne morale de médiation de la consommation référencée par la CECMC

Certains médiateurs procèdent à de la médiation de la consommation alors qu'ils ne sont pas référencés par la CECMC et s'octroient le titre de médiateur de la consommation. Afin de lutter contre cette dérive, il est proposé de protéger l'utilisation du titre de médiateur de la consommation et par là-même le processus de médiation de la consommation.

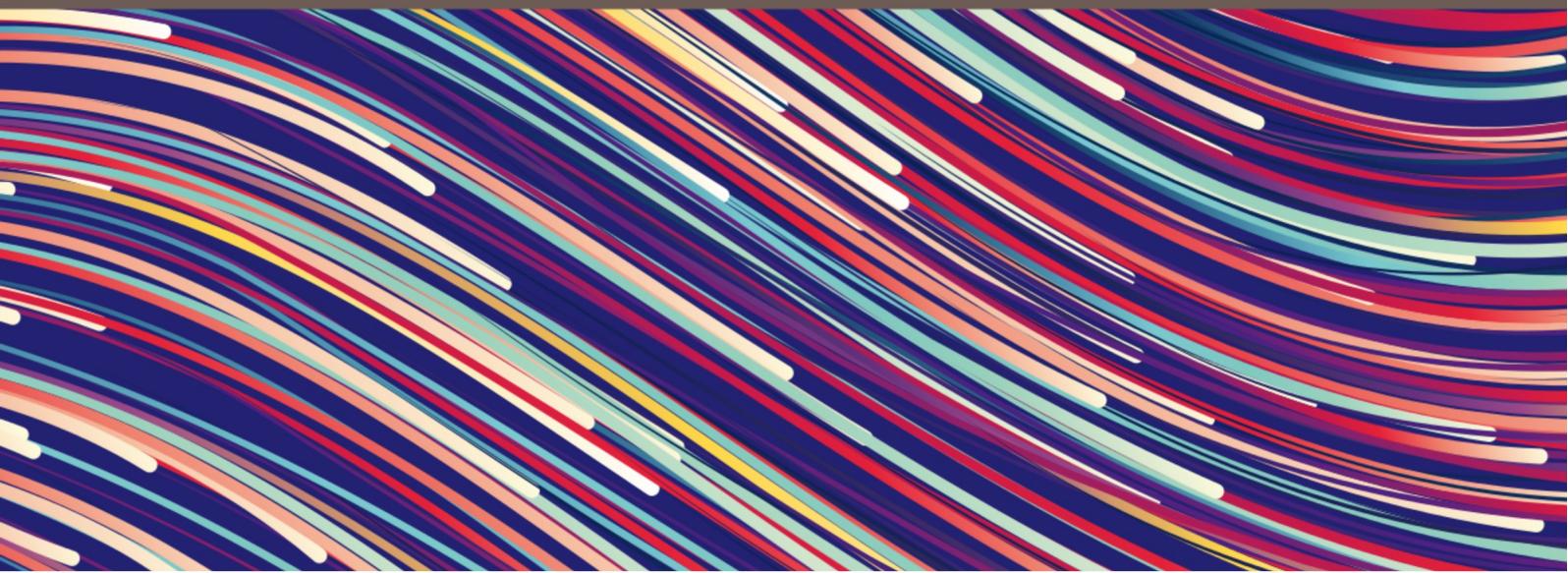




LES EXPÉRIENCES ÉTRANGÈRES

51

Rapport
d'activité
de la
CECMC
2019-2021



La résolution extrajudiciaire des litiges de consommation a donné lieu dans l'Union européenne à la mise en place de différents dispositifs. En voici deux exemples. C'est également un sujet au cœur de l'actualité des travaux de la CNUCED.



**Mme Linda
UTTERBERG**

Conseillère, Ministère
des Finances,
Direction de la
Politique des
consommateurs
- Suède

L'EXPÉRIENCE DE LA SUÈDE

Quelles sont les caractéristiques du dispositif suédois de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation au sens de la directive du 21 mai 2013 ?

Le système suédois de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation permet de régler les litiges sans qu'une action en justice soit nécessaire. Le principal organe de règlement des litiges est l'Office national pour les plaintes des consommateurs (ARN), organisme public fonctionnant en grande partie comme un tribunal. Il existe d'autres organes de règlement extrajudiciaire des litiges (REL), gérés par des entités de droit privé, qui ont reçu un agrément de l'Agence des services juridiques, financiers et administratifs pour se charger du règlement des litiges conformément aux dispositions de la directive relative au RELC.

La directive relative au RELC est transposée dans le droit suédois par la loi « *lagen (2015/671) om alternativ tvistlösning i konsumentförhållanden* » et l'arrêté « *förordning (2015/739) med instruktion för Allmänna reklamationenämnden* ». Il n'existe pas de traduction officielle de ces instruments juridiques. La législation ne s'applique pas aux organes privés chargés du REL, ceux-ci disposant de leurs propres statuts. Cependant, pour conserver leur agrément, ils doivent se conformer à la directive relative au RELC.

De combien d'entités de résolution extrajudiciaire des litiges disposez-vous en Suède ? Comment se nomment-elles et quel est leur champ de compétence ?

Outre l'Office national pour les plaintes des consommateurs (ARN), il existe actuellement 6 organes chargés du REL :

1. Fastighetsmarknadens reklamationenämnd (site web non traduit) : traitement des litiges entre consommateurs et agents immobiliers ;
2. Nämnden för Rättsskyddsfrågor (Conseil pour la protection juridique en matière d'assurance) : traitement de certains litiges entre consommateurs et compagnies d'assurance ;
3. Personförsäkringsnämnden (Conseil pour l'assurance des personnes) : traitement de certains litiges entre consommateurs et compagnies d'assurance ;
4. Advokatsamfundets konsumenttvistnämnd (Comité du barreau suédois pour les litiges avec les consommateurs) : traitement des litiges entre consommateurs et avocats ;
5. Sveriges Auktoriserade Begravningsbyråers Förbunds reklamationenämnd (site web non traduit) : traitement des litiges liés aux prestations de services des établissements funéraires ;
6. Trafikskadenämnden (Commission des accidents de la route) : traitement des litiges relatifs à l'indemnisation par les compagnies d'assurance des victimes de dommages corporels liés aux accidents de la route.

Disposez-vous d'une entité résiduelle ? Si oui, comment est-elle organisée et financée ?

Pas à proprement parler. Il existe un organe principal, l'ARN ; les autres organes, de droit privé, ne traitent que les litiges concernant leurs membres.

En cas de refus de traitement d'un litige par un organe privé de REL, le consommateur peut se tourner vers l'ARN, lequel n'a toutefois aucun pouvoir à l'égard des autres organes de REL.

■ Quelles sont les caractéristiques du dispositif ADR suédois ?

Le dépôt des réclamations auprès de l'ARN est gratuit. Certains des organes privés de REL facturent des frais modiques. Le dépôt des réclamations n'entraîne aucuns frais pour les professionnels (dans la mesure où ils ne peuvent déposer de réclamation eux-mêmes).

Seuls les consommateurs peuvent déposer une réclamation auprès de l'ARN. Avant le dépôt d'une réclamation, le professionnel concerné doit avoir rejeté tout ou partie de la réclamation du consommateur (ou ne pas y avoir répondu). L'ARN adresse des recommandations sur la manière dont les litiges doivent être résolus, en suggérant par exemple que le professionnel effectue la réparation du produit concerné. Ces recommandations n'ont pas de valeur contraignante mais la majorité des entreprises les suivent. La procédure de REL est sans préjudice du droit de chacune des parties d'intenter une action en justice. L'ARN peut traiter les réclamations, que le professionnel ait décidé d'accepter ou non la procédure. Sa participation n'est pas requise.

■ Quelle est ou quelles sont les autorités en charge de l'évaluation et du contrôle des dispositifs de résolution extrajudiciaire des litiges de consommation ?

L'Agence des services juridiques, financiers et administratifs est chargée de délivrer l'agrément aux organes de REL et de le retirer si elle constate que l'organe concerné ne se conforme plus aux exigences de la directive relative au RELC.

■ Disposez-vous de quelques chiffres qui permettraient de connaître : le nombre de saisines des ADR suédois et le nombre de litiges résolus pour l'année 2020 par ce biais ?

En 2020, l'ARN a reçu 27 863 réclamations sur lesquelles 25 037 ont abouti à un règlement. Nous ne disposons pas du nombre exact de réclamations reçues et réglées par les organes privés de REL, mais il est beaucoup plus faible, de l'ordre de 60 à 1000 par an en fonction des organes.

Pour de plus amples informations sur l'ARN, vous pouvez consulter son site webfrançais : Qu'est-ce que ARN ?



M. Felix BRAUN

Directeur de la « Universalschlichtungsstelle des Bundes », entité résiduelle - Allemagne

L'EXPÉRIENCE DE L'ALLEMAGNE

■ Quelles sont les caractéristiques du dispositif allemand de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation ?

La directive n° 2013/11/UE relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation a été transposée en droit allemand par le « Verbraucherschlichtungsgesetz » (VSBG). Cette loi peut être consultée en ligne sous le lien : <https://www.gesetze-im-internet.de/vsbg/>; une version anglaise est également disponible : https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_vsbg/.

En Allemagne, il existe un total de 28 entités de résolution extrajudiciaires de litiges, appelées « Verbraucherschlichtungsstellen ». Ces entités sont reconnues en vertu de la loi sur le règlement des litiges de consommation, le « Verbraucherstreitbeilegungsgesetz ».

Toutefois, le droit allemand n'interdit pas d'autres types de résolution extrajudiciaire des litiges entre consommateurs et entrepreneurs. Les « KFZ-Schiedsstellen » (commissions d'arbitrage en matière de véhicules à moteur <https://www.kfz-schiedsstellen.de/>), qui existent depuis de 50 ans déjà, en sont un exemple.

Ces organismes peuvent également avoir un niveau de qualité très élevé. Mais, seules les « Verbraucherschlichtungsstellen » ont été formellement approuvées pour garantir qu'elles répondent à toutes les normes du « Verbraucherstreitbeilegungsgesetz » et donc de la directive européenne n° 2013/11/UE. En quelque sorte, le terme « Verbraucherschlichtungsstellen » est un label de qualité et offre ainsi une orientation aux consommateurs. En effet, seules les entités approuvées sont autorisées à utiliser cette appellation.

Une liste de toutes les « Verbraucherschlichtungsstellen » en matière de consommation peut être consultée sous le lien suivant : https://www.bundesjustizamt.de/DE/Themen/Buergerdienste/Verbraucherstreitbeilegung/Verbraucherschlichtungsstellen/Uebersicht_node.htm ; ou en français via la plate-forme ODR <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2>

Des « Verbraucherschlichtungsstellen » spécifiques existent dans les secteurs de l'assurance, de la banque, de l'énergie, des voyages et du transport de passagers, de l'immobilier, des avocats, de la poste, du déménagement, des architectes et des services d'ingénierie, de la gestion du patrimoine, des télécommunications...

■ **Disposez-vous d'une entité résiduelle ? Si oui, comment est-elle organisée et financée ?**

Certains domaines sont ainsi entièrement couverts par des organismes de résolution extrajudiciaire de litiges, d'autres ne répondent que dans certains cas de figure, d'autres ne proposent aucune offre spécifique. Selon l'article 5 de la directive n° 2013/11/UE, il doit y avoir une offre quasi complète. D'éventuelles lacunes peuvent être comblées par une entité de résolution de litige résiduelle. En Allemagne, cette fonction est assurée par la « Universalschlichtungsstelle des Bundes », actuellement d'ailleurs complétée par une autre entité générale doté d'un large champ de compétences.

La « Universalschlichtungsstelle des Bundes » (www.universalschlichtungsstelle.de) a été instaurée par la loi et financée par l'État. Elle perçoit des frais de procédure allant de 40 à 800 euros que paient les entreprises qui y participent ; la démarche est entièrement volontaire. Ces frais de procédure sont entièrement reversés à l'État. La compétence de la « Universalschlichtungsstelle des Bundes » est évolutive, car elle est strictement subsidiaire. Si une nouvelle « Verbraucherschlichtungsstelle » spécifique voit le jour, la compétence de la « Universalschlichtungsstelle des Bundes » s'éteint pour ce champ spécifique. Si, par contre, une des « Verbraucherschlichtungsstellen » devait cesser son activité, la compétence de la « Universalschlichtungsstelle des Bundes » reprend immédiatement.

En outre, la « Universalschlichtungsstelle des Bundes » a une fonction de pilotage. Cela signifie que si une demande a été déposée et qu'il s'avère qu'une autre entité est compétente, la « Universalschlichtungsstelle des Bundes » ne se contente pas de rejeter la demande, mais indique au requérant l'organisme spécifique compétent. De toute façon, la facilité et la disponibilité du service doit être un fil conducteur du règlement extrajudiciaire des litiges.

■ **Est-ce gratuit pour les consommateurs ?**

Oui, pour les consommateurs, la procédure devant toutes les « Verbraucherschlichtungsstellen » est gratuite - sauf si le recours est considéré comme étant abusif. Dans ce cas, un maximum de 30 euros peut être facturé. Cependant, les exigences en la matière sont très élevées. Une réclamation qui n'est finalement pas fondée, peut évidemment être introduite,



car justement, les consommateurs ne sont généralement pas des experts juridiques et n'ont pas une vue d'ensemble de la situation juridique. Dans la pratique, les abus ne jouent pas vraiment un rôle et c'est une bonne chose à tous les égards. Notamment aussi, parce qu'elle montre en pratique que les consommateurs n'utilisent pas l'instrument de l'arbitrage de manière malveillante contre les entreprises – ce qui était une crainte de plusieurs professionnels lorsque la directive n° 2013/11/UE a été instaurée.

La saisine de l'entité de résolution extrajudiciaire des litiges peut-elle se faire seulement par le consommateur ? Ou le professionnel peut-il également la saisir ?

La loi allemande autorise également les procédures initiées par les entreprises. Cela signifie que les « Verbraucherschlichtungsstellen » privées peuvent prévoir ceci explicitement dans leurs règles de procédure. Toutefois, l'objectif principal de la « Universalschlichtungsstelle des Bundes » est de veiller à ce que les consommateurs aient accès au règlement extrajudiciaire dans toute l'Allemagne. C'est précisément dans ce but que la « Universalschlichtungsstelle des Bundes » a été créé et est financée par l'État.

Le recours à un dispositif de résolution extrajudiciaire des litiges est-il obligatoire avant toute saisine de la justice ? L'issue de la médiation est-elle contraignante ?

Non, le principe du caractère volontaire domine ici dans les deux cas.

Quelle est ou quelles sont les autorités en charge de l'évaluation et du contrôle des dispositifs de résolution extrajudiciaires des litiges de consommation ? Quel est le bilan de leur activité ?

En Allemagne, le « Bundesamt für Justiz » (Office fédéral de la Justice) est compétent pour l'approbation et du contrôle des « Verbraucherschlichtungsstellen ». Il publie également un rapport. Le rapport publié en 2018 est disponible en ligne https://www.bundesjustizamt.de/DE/Themen/Buergerdienste/Verbraucherstreitbeilegung/Verbraucherschlichtungsbericht/Verbraucherschlichtungsbericht_node.html;jsessionid=FB02F11E-188CAB15126497D10245E1901_cid500. Tous les quatre ans, l'Office fédéral de la Justice est chargé de publier le rapport sur le règlement extra-judiciaire en matière de consommation et de le transmettre à la Commission européenne.

Disposez-vous de chiffres permettant de mesurer le nombre de demandes faites auprès des entités allemandes de résolution des litiges de consommation ?

Pour le moment, il n'existe pas encore de rapport global rassemblant tous les rapports annuels de l'année 2020. Mais prenons, par exemple, l'année 2018 : en cette année, environ 85 000 demandes ont été reçues par 26 « Verbraucherschlichtungsstellen ». Avant l'entrée en vigueur de la loi « Verbraucherstreitbeilegungsgesetz » en 2016, le niveau était d'environ 60 000 demandes annuelles.

En 2020, la « söp » (<https://soep-online.de/>), principale « Verbraucherschlichtungsstelle » pour le secteur du voyage, a enregistré à elle seule 41 000 demandes, soit 58 % de plus que l'année précédente. On constate également une augmentation de 70 % pour l'entité résiduelle, donc la « Universalschlichtungsstelle des Bundes ».

Les chiffres 2020 sont susceptibles d'avoir globalement augmenté de manière non négligeable par rapport à 2019 et 2018. La crise COVID-19 a eu certainement une influence, mais il semble aussi que le règlement extrajudiciaire de litiges de consommation soit généralement plus demandé.

Si un consommateur français a un litige avec un professionnel allemand, quelle est l'instance de médiation compétente ?

Ce sont les « Verbraucherschlichtungsstellen » allemandes qui sont toujours compétentes dans de tels cas, car telle est la conception de la directive européenne. La compétence est rattachée à la localisation du professionnel - à moins qu'une entité basée dans un autre État-membre se soit attribuée une compétence allant au-delà.

Mais à travers le « Centre européen de la consommation » <https://www.ceczev.eu/> - qui héberge entre autre le point de contact français pour la plateforme RLL, le Centre européen des consommateurs France ainsi que le point de contact « ADR » France - les consommateurs français ont toujours un interlocuteur vers qui se tourner en langue française et qui fera le lien avec la « Verbraucherschlichtungsstelle » compétente.

LA PLACE DU RÈGLEMENT EXTRAJUDICIAIRE DES LITIGES (REL) AU PLAN INTERNATIONAL

Quelle est l'expérience de la CNUCED dans le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation ?

La CNUCED est l'organisme chargé, au sein des Nations Unies, de l'intégration des pays en voie de développement dans le commerce mondial et des questions connexes afférentes au domaine de la finance, de la technologie, de l'investissement et du développement durable.

Lors de la révision des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur en 2015, l'Assemblée générale des Nations Unies a confié à la CNUCED le mandat de prendre en charge la protection du consommateur. Certains des travaux entrepris depuis lors ont concerné le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation (RELC) au regard des trois axes d'action de la CNUCED : **la recherche et l'analyse** qui nous ont permis de synthétiser, dans une note du 30 avril 2018 très complète, les initiatives et outils mis en place par les pays membres de la CNUCED dans le domaine des RELC ; **la recherche du consensus** au sein, du Groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de la protection du consommateur qui se réunit une fois par an à Genève ; **la coopération technique**, par des formations et ateliers visant à renforcer les capacités des pays en voie de développement et s'appuyant sur le Manuel de la protection des consommateurs rédigés en 2017.

Quelles sont les tendances actuelles en matière de RELC au niveau mondial ?

Sachant que les consommateurs sont généralement dissuadés d'intenter une action en justice en raison de son coût, du caractère formel et de la longueur des procédures pour trancher des litiges portant sur des montants modestes, il est essentiel pour nombre de pays émergents de renforcer les voies de recours extrajudiciaires.

Le paragraphe 37 des Principes directeurs, introduit lors de la révision de 2015, recommande aux États de garantir aux consommateurs l'accès à des recours dont la mise en œuvre n'entraîne pas de coûts, de retards ou de charges indus eu égard à la valeur économique de l'enjeu, sans non plus imposer de charges excessives ou indues à la société et aux entreprises.

Ce principe fait consensus et a amené les décideurs des politiques publiques à mettre en place des modes alternatifs ou extrajudiciaires de règlement des litiges répondant le plus possible à ces objectifs et d'en privilégier l'accès afin



Mme Teresa MOREIRA

Chef des politiques de concurrence et de protection des consommateurs, division du commerce internationale et des produits de base - Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED)



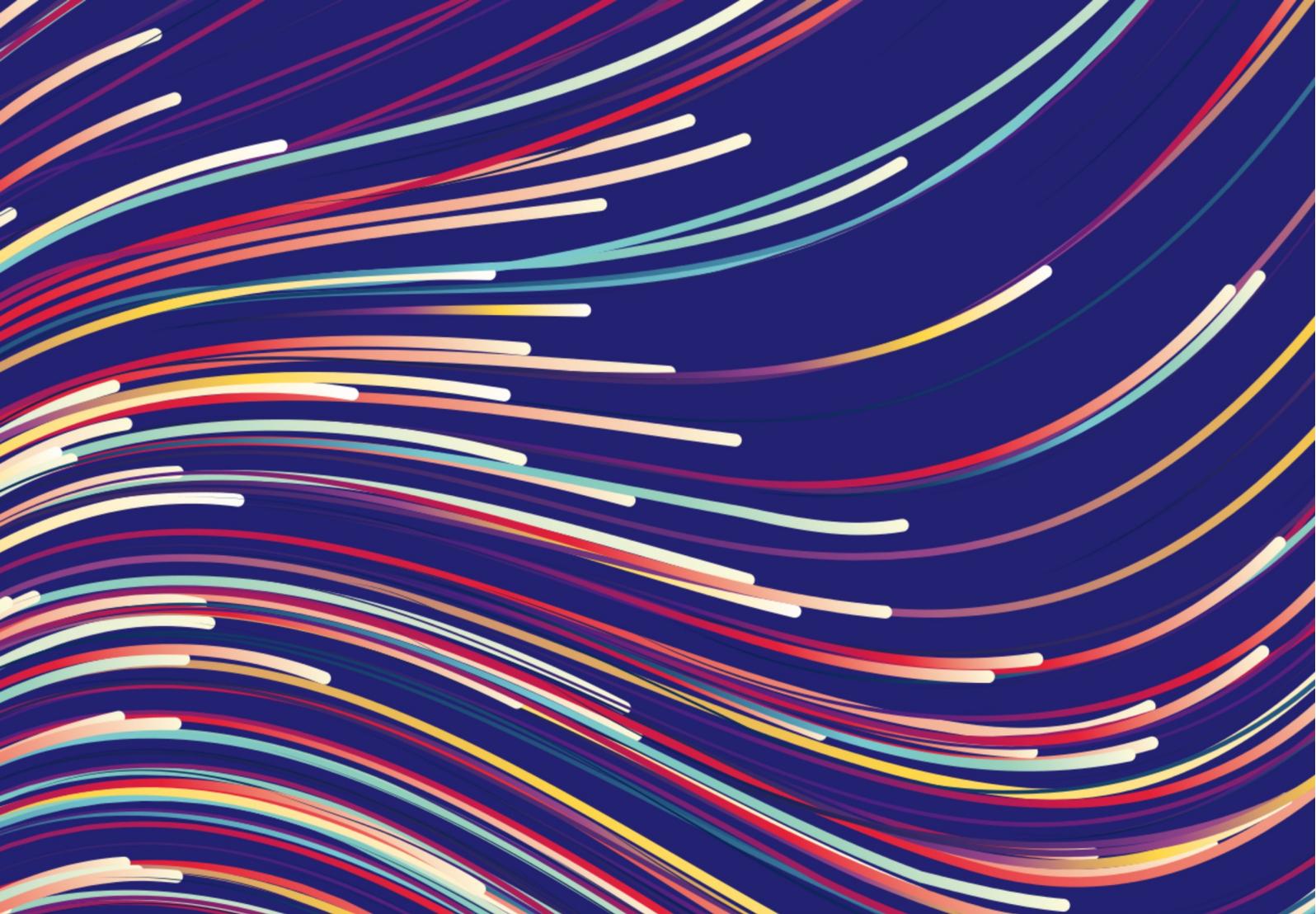
de permettre à tout consommateur de faire valoir ses droits. Le recours aux RELC participe également à accroître la confiance des consommateurs dans les marchés et notamment dans l'achat en ligne.

Quelles sont les défis les plus pressants pour les pays en voie de développement concernant le règlement des litiges de consommation ?

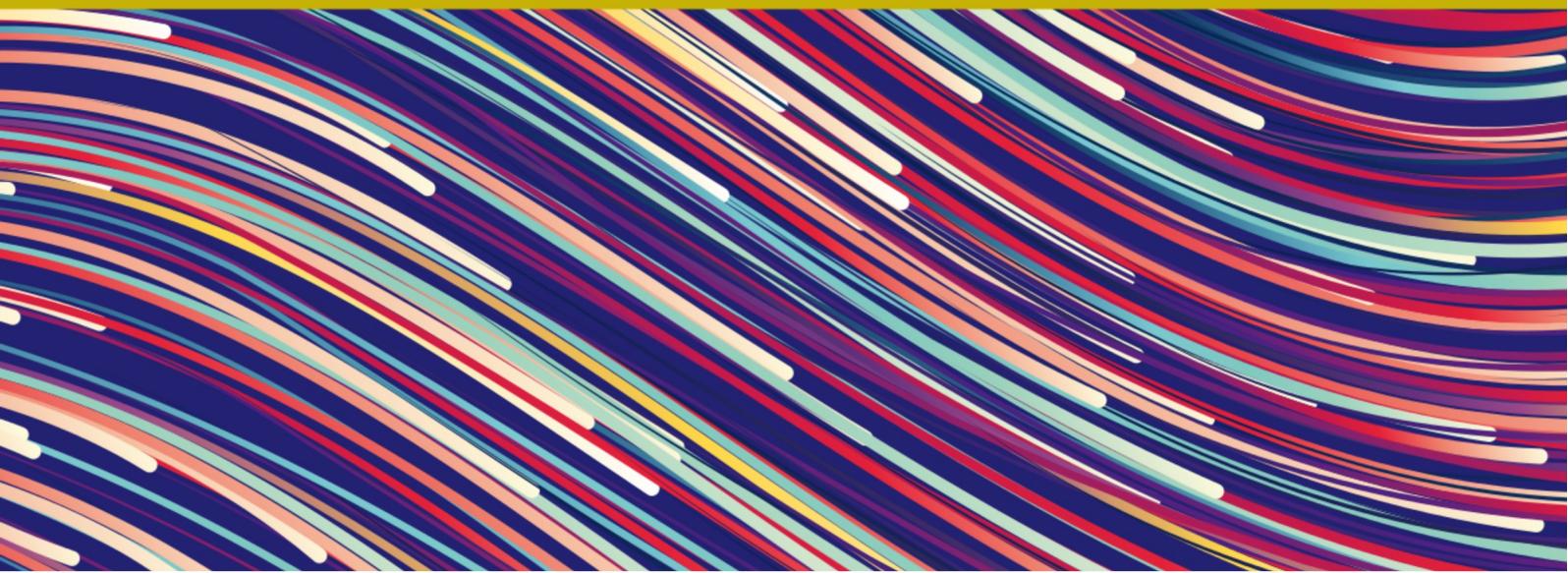
La priorité pour les pays en voie de développement est de garantir l'accès des consommateurs à la justice tout en mettant à leur disposition des moyens effectifs de règlement amiable des litiges permettant leur réparation. Par ailleurs, l'une des préoccupations des pays émergents tient à la nécessité **d'organiser et de superviser** les moyens de règlements alternatifs ; en effet, les consommateurs ont un risque accru d'être trompés sur leurs droits, tant au niveau de la procédure, que sur le fond, ce qui a conduit les pouvoirs publics à resserrer la surveillance ces dernières années en ce domaine. Par exemple, en Amérique Latine, ceci est le cas du Brésil, de la Colombie et du Mexique.

Quels sont vos projets pour améliorer le règlement amiable des litiges pour les consommateurs ?

La CNUCED vient de lancer un projet de coopération technique, financé par le China Silk Road Group, sur le règlement des litiges liés aux achats en ligne dont l'objectif est d'améliorer la confiance des consommateurs et des entreprises, en particulier dans le commerce électronique, notamment transfrontalier, ainsi que de promouvoir une plus grande coopération entre les pays. Le projet a débuté ses activités à la fin de 2020 pour deux premiers pays bénéficiaires. S'il rencontre le succès espéré, nous comptons l'élargir à d'autres pays intéressés afin de garantir au plus grand nombre des consommateurs un accès équitable aux moyens de règlement des litiges qui soient, efficaces, transparents et impartiaux.



ANNEXES



VOUS ÊTES CONSOMMATEUR : QUE FAIRE ?

QUAND SAISIR LE MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION ?

Tout consommateur peut saisir le médiateur de la consommation quand il n'est pas parvenu à résoudre un litige directement avec le professionnel concerné et sous réserve de ne pas avoir préalablement saisi la justice.

Après s'être adressé au professionnel, et si la réponse du professionnel ne satisfait pas le consommateur ou si le professionnel ne lui répond pas dans les deux mois à compter de l'envoi de la réclamation, le consommateur peut saisir le médiateur compétent. Le consommateur doit prouver qu'il a tenté préalablement de résoudre directement son litige avec le professionnel, il lui est vivement recommandé d'acter par écrit (courrier ou courriel) la réclamation faite au professionnel en prenant soin de rappeler les circonstances qui ont donné lieu au litige et de garder copie de cet écrit.

La saisine doit être effectuée dans le délai maximal d'un an à compter de la réclamation écrite du consommateur auprès du professionnel.

QUEL MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION PEUT ÊTRE SAISI ?

Les coordonnées du ou des médiateurs désigné(s) par le professionnel figurent sur son site Internet si celui-ci en a un, sur ses conditions générales de vente, ou sur ses bons de commande. En l'absence de ces documents écrits, le professionnel est tenu d'informer le consommateur sur tout autre support adapté, par exemple une information visible sur le lieu de vente.

Ces informations doivent également être communiquées par le professionnel au consommateur lorsque le litige n'aura pu être résolu dans le cadre d'une réclamation préalable.

Le médiateur de la consommation doit avoir été référencé par la CECMC et son nom notifié à ce titre auprès de la Commission européenne, ce qui garantit que ce médiateur présente les qualités exigées par le code de la consommation. Le consommateur peut s'assurer que le médiateur proposé par le professionnel est bien référencé en vérifiant qu'il figure dans la liste des médiateurs de la consommation sur le site de la CECMC : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso> et sur le site internet de la Commission européenne de règlement en ligne des litiges : <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/> dans l'onglet « Organismes de règlement des litiges ».

Le consommateur trouvera, sur le site internet du médiateur de la consommation, toutes les informations essentielles notamment sur les qualités de ce médiateur, le champ de ses compétences et le déroulement de son dispositif de médiation.

COMMENT SAISIR LE MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION ?

Le consommateur peut saisir le médiateur de la consommation :

- en ligne : chaque médiateur doit disposer de son propre site internet qui permet de déposer en ligne une demande de médiation accompagnée des documents justificatifs ;
- ou par voie postale.

COMMENT SE DÉROULE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION ?

Il est rappelé que le consommateur peut se faire représenter par un avocat ou assister par une personne de son choix, ou une Association de consommateurs, à tous les stades de la médiation.

Le médiateur, une fois saisi, va procéder en trois étapes :

PREMIÈRE ÉTAPE

Le médiateur examine la recevabilité de la saisine du consommateur. Il n'acceptera la demande de médiation du consommateur, conformément à l'article L.612-2 du code de la consommation, que si :

- le consommateur justifie avoir tenté au préalable de résoudre le litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite ;
- la demande du consommateur n'est pas manifestement infondée ou abusive ;
- le litige n'a pas été précédemment examiné ou n'est pas en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal ; en effet, un litige ne peut faire l'objet que d'une seule médiation. Seul le secteur de l'énergie fait exception à la règle : le médiateur national de l'énergie peut être saisi si le consommateur n'est pas satisfait de la réponse apportée, pour le même litige, par le médiateur d'ENGIE ou celui d'EDF ;
- la demande de médiation du consommateur a été introduite dans un délai maximal d'un an à compter de la date de réclamation écrite du consommateur auprès du professionnel ;
- le litige entre bien dans son champ de compétence.

Si le dossier du consommateur n'est pas recevable, le médiateur l'en informe dans un délai de 3 semaines au plus à compter de la date de saisine. En fonction du motif de non-recevabilité, le consommateur pourra, selon les cas, soit contacter le professionnel pour tenter une résolution amiable préalable de son litige, soit saisir un tribunal ou encore s'en remettre à la décision qui sera rendue par la justice si celle-ci avait été préalablement saisie.

DEUXIÈME ÉTAPE

Si le dossier est recevable, le médiateur notifie par écrit (par voie électronique ou postale) sa saisine au consommateur et au professionnel et leur demande s'ils acceptent le principe de la médiation

Si tel est le cas, le processus de médiation peut débuter. La notification du médiateur rappelle aux parties :

- qu'elles peuvent à tout moment se retirer de la médiation, la médiation étant un processus volontaire ;
- qu'elles sont libres d'accepter ou de refuser la proposition qu'il pourra être amené à leur faire ;
- que la solution qu'il proposera pourra différer de la décision que pourrait rendre un juge ;
- que l'acceptation de sa proposition ne permet plus de saisir la justice, à l'exception du cas où certaines informations auraient été dissimulées ou si des éléments nouveaux venaient à être produits.

À compter de cette notification, le médiateur dispose de 90 jours pour traiter le dossier. Le médiateur peut prolonger ce délai à tout moment en cas de litige complexe. Il en avise, alors, immédiatement les parties.

Si le professionnel refuse d'entrer en médiation, il en informe au plus vite le médiateur en justifiant son refus. Le médiateur informe le consommateur de ce refus.

TROISIÈME ÉTAPE

À l'issue du processus de médiation, deux cas peuvent se présenter :

- le médiateur constate un accord entre le professionnel et le consommateur qui met fin au litige : le médiateur en prend généralement acte par écrit et la médiation est alors close ;
- le professionnel et le consommateur ne parviennent pas à trouver un accord : en ce cas, le médiateur leur propose une solution qu'ils seront libres d'accepter ou non. Si les parties acceptent cette solution, le médiateur en prendra acte par écrit et la médiation sera close. Si les parties ne l'acceptent pas, le médiateur en fait le constat et clôt la médiation. Si l'une des parties reste silencieuse à la proposition de solution du médiateur, il convient, alors, de se référer aux modalités mises en place, en cette hypothèse, par le médiateur et dont doivent être informées les parties.

En cas d'acceptation et d'exécution effective de la proposition du médiateur de la consommation, la médiation est close et les parties ne pourront plus saisir la justice à moins que de nouveaux éléments ne soient produits au dossier. Il convient de rappeler que l'accord entre les parties n'a pas de force exécutoire en lui-même et repose sur leur seule volonté de se conformer à la solution qu'elles ont acceptée. Pour donner force exécutoire à l'accord, les parties n'ont d'autre moyen que de saisir le juge aux fins de demander son homologation.

Si la proposition du médiateur est acceptée mais n'est pas exécutée par l'une des parties, l'autre partie peut saisir la justice pour trancher le litige.

En cas de refus de la proposition du médiateur par l'une des deux parties, la médiation est close ; il peut être fait appel au juge pour trancher le litige.

En cas de silence de l'une des parties, la proposition du médiateur est considérée comme non acceptée par celle-ci et la médiation prend fin. La CECMC a admis dans certaines circonstances particulières que le silence pouvait être interprété comme une acceptation.

A QUI S'ADRESSER EN CAS DE DYSFONCTIONNEMENT ?

Tout consommateur qui constaterait certains dysfonctionnements dans le déroulement du processus de médiation (non-communication d'un écrit sur le caractère recevable ou non de la saisine, délai de 90 jours dépassé sans information préalable, impossibilité de contacter le médiateur...) est invité à en informer la CECMC¹.

LE CAS PARTICULIER DE LA TRANSACTION

La CECMC souligne que le recours par les parties à la transaction, pour donner force contraignante à un accord issu d'une médiation de la consommation, n'entre pas dans la mission du médiateur de la consommation. En effet, ce n'est pas à celui-ci d'inciter les parties à conclure une transaction dont les conditions, les modalités, l'esprit et les effets juridiques sont tout à fait distincts de ceux de la médiation de la consommation. La transaction suppose que les deux parties fassent des concessions réciproques. Elle s'impose aux parties : les parties qui ont signé une transaction ne peuvent revenir sur celle-ci, car elle a « l'autorité de la chose jugée en dernier ressort » (article 2052 du code civil). La transaction ne peut être remise en cause unilatéralement que dans des cas très rares, par exemple en démontrant le dol. Enfin, le contenu de la transaction doit être déterminé par les seules parties, sans l'intervention du médiateur.

¹ Adresse : CECMC – DGCCRF, 59 boulevard Vincent Auriol, Teledoc 063, 75703 PARIS Cedex 13

VOUS ÊTES PROFESSIONNEL : QUELLE EST VOTRE SITUATION ? QUELS SONT VOS DEVOIRS ET OBLIGATIONS ?

La CECMC rappelle que deux principales obligations s'imposent au professionnel en matière de médiation de la consommation. En contrepartie, la loi lui laisse le choix du médiateur de la consommation dont il souhaite relever.

LES OBLIGATIONS LÉGALES IMPOSÉES AUX PROFESSIONNELS

■ Garantir au consommateur un recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation

Depuis le 1^{er} janvier 2016, chaque professionnel doit permettre à tout consommateur d'accéder à un dispositif de médiation de la consommation en vue de la résolution amiable de tout éventuel litige. Cette obligation résulte de l'article L.612-1 du code de la consommation.

Pour répondre à cette obligation, le professionnel doit choisir un médiateur de la consommation parmi ceux inscrits sur la liste des médiateurs prévue à l'article L.615-1 du code de la consommation et adhérer à son dispositif de médiation de la consommation après s'être assuré que les modalités de cette adhésion et son coût correspondent aux besoins de son entreprise.

La liste des médiateurs de la consommation référencés par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC) est consultable sur le site internet du ministère de l'économie à l'adresse suivante : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso>

■ Permettre au consommateur un accès aisé à la médiation de la consommation en lui communiquant toutes les informations utiles pour s'adresser au médiateur de la consommation choisi par le professionnel

Conformément aux articles L. 616-1 et R. 616-1 du code de la consommation, tout professionnel doit communiquer au consommateur les coordonnées du ou des médiateurs compétents dont il relève. Il est également tenu de fournir cette même information, dès lors qu'un litige n'a pas pu être réglé dans le cadre d'une réclamation préalable directement introduite auprès de ses services.

Le nom et les coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont il relève doivent être inscrits de manière visible et lisible :

- sur son site internet, s'il dispose d'un tel support ;
- sur ses conditions générales de vente ou de service ;
- sur ses bons de commande ;
- par tout autre moyen approprié, en l'absence de tels supports.

Il doit également mentionner l'adresse du site internet de ce ou de ces médiateur(s), afin de permettre un accès aisé du consommateur au dispositif de médiation de ce ou ces derniers.

Lors de la conclusion d'un contrat écrit, le professionnel doit informer le consommateur de la possibilité de saisir, en cas de litige, le ou les médiateurs qu'il a désigné(s).

Si le professionnel procède à de la vente en ligne, il doit également indiquer sur son site internet (article 14.1 du règlement (UE) n° 524/2013 du parlement européen et du conseil du 21 mai 2013) :

- le lien électronique vers la plateforme de règlement en ligne des litiges (RLL) : <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/>. Ce lien doit être aisément accessible aux consommateurs ;
- son adresse électronique.

SANCTIONS : Le non-respect de l'obligation d'information par le professionnel (articles L.616-1 et L.616-2 du code de la consommation) est susceptible d'une sanction administrative (avertissement, injonction ou amende administrative dont le montant encouru ne peut excéder 3 000 euros pour une personne physique et 15 000 euros pour une personne morale).

LE CHOIX DU MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION PAR LE PROFESSIONNEL

■ Le libre choix par le professionnel de son médiateur

Pour répondre aux deux obligations qui viennent d'être évoquées, le professionnel a le choix du type de médiation de la consommation dont il souhaite relever. Il peut ainsi soit :

- être rattaché à un médiateur public sectoriel, si celui-ci existe dans le secteur professionnel concerné ;
- désigner le médiateur de la fédération dont il est, le cas échéant, adhérent ;
- mettre en place un médiateur d'entreprise tout en garantissant sa totale indépendance ;
- signer une convention avec une association ou société de médiateurs inscrite sur la liste des médiateurs de la consommation.

■ Un médiateur de la consommation référencé par la CECMC

Dans tous les cas, le médiateur dont le professionnel souhaite relever doit avoir été inscrit par la CECMC sur la liste des médiateurs de la consommation qui est consultable à l'adresse suivante : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso> (liste par secteur professionnel et liste par catégorie de médiation de la consommation).

■ Les modalités d'adhésion à un dispositif de médiation de la consommation

Hormis le cas particulier du médiateur public, la désignation d'un médiateur suppose soit :

- l'adhésion à une fédération, permettant un accès à la médiation mise en place par celle-ci au profit des seuls adhérents ;
- l'adhésion au seul service de médiation d'une fédération selon les conditions fixées pour les professionnels non-adhérents ;
- la signature d'une convention entre le professionnel et une association ou société de médiateurs référencée.

Cela signifie que **le professionnel ne peut pas, de sa seule initiative, mentionner un médiateur de la consommation s'il ne l'a pas contacté préalablement pour conclure une convention avec lui** ou s'il n'a pas pris contact avec une fédération pour connaître et accepter les conditions de recours à son médiateur de la consommation.

CONSEIL PRATIQUE : le professionnel est vivement encouragé à consulter la liste des médiateurs référencés par la CECMC et à les contacter pour connaître leurs conditions financières (forfait global ou paiement à l'acte de médiation, tarif horaire ou non selon la complexité du dossier...). Le professionnel doit apprécier quels sont les médiateurs les plus adaptés à son statut et qui répondraient le mieux à ses attentes en termes, notamment, de connaissance du secteur professionnel qui est le sien et en fonction de la fréquence et de la nature des litiges qu'il rencontre avec des consommateurs.

CHOIX D'UN MÉDIATEUR FIGURANT SUR LA LISTE DE LA COMMISSION EUROPÉENNE

Le professionnel a la possibilité de choisir une entité de résolution extrajudiciaire des litiges (REL) implantée dans un État membre de l'Union européenne sous réserve qu'elle soit inscrite sur la liste de la Commission européenne publiée sur son site : <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/> dans l'onglet « *Organismes de règlement des litiges* » (liste par pays).

Le professionnel doit s'assurer toutefois que cette entité est en mesure de traiter des litiges de consommation en langue française afin de permettre l'accès effectif de ses clients-consommateurs à un dispositif de résolution extrajudiciaire des litiges de consommation.

ATTENTION !

Le professionnel ne peut pas choisir, sans contacts préalables, un médiateur sur la liste publiée sur le site internet : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso>, au seul motif que ce médiateur interviendrait dans son secteur professionnel.

La mention sur son site internet, sur ses conditions générales de vente ou de service et sur ses bons de commande, **de l'adresse internet de la plateforme européenne de résolution en ligne des litiges** ne peut se substituer à l'obligation qui incombe au professionnel de relever d'un médiateur de la consommation.

LES TEXTES APPLICABLES

DIRECTIVE N° 2013/11/UE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL DU 21 MAI 2013

RÈGLEMENT (UE) N° 524/2013 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL DU 21 MAI 2013

CODE DE LA CONSOMMATION - LIVRE VI, TITRE I^{ER} - PARTIE LÉGISLATIVE

CODE DE LA CONSOMMATION - LIVRE VI, TITRE I^{ER} - PARTIE RÉGLEMENTAIRE

www.economie.gouv.fr/mediation-conso/

Conception et rédaction :
CECMC – DGCCRF

Graphisme et réalisation :
Jouve / Gilles Morin

Crédits photographiques :
Adobe Stock, D.R.
Septembre 2021





Contact
Commission d'Évaluation et
de Contrôle de la Médiation de la Consommation
CECMC – DGCCRF
59, boulevard Vincent Auriol - Télédock 063
75703 Paris CEDEX 13

Pour plus d'information
www.economie.gouv.fr/mediation-conso