



Médiation de la consommation : Les entreprises ont deux mois pour se mettre en conformité

publié le 13/11/2015, vu 4932 fois, Auteur : [Médiaconf](#)

Le décret n° 2015-1382 du 30 octobre 2015 vient d'être publié. Le décret fixe les conditions de la saisie du médiateur de la consommation, les règles d'accès au statut de médiateur de la consommation ainsi que les obligations auxquelles celui-ci sera astreint.

L'obligation des entreprises de nommer un médiateur

L'article L156-1 énonce que les professionnels ont l'obligation de communiquer aux consommateurs les coordonnées du médiateur dont il dépend et la façon dont celui-ci peut être saisi. Ainsi, les entreprises doivent mentionner ces informations sur leur site Internet, leurs conditions générales de vente, devis, bons de commande ou factures. Le médiateur, ainsi que ses coordonnées, doivent pouvoir être facilement accessibles par le consommateur.

De plus, la médiation doit rester une voie gratuite pour le consommateur et être à la charge exclusive du professionnel. Les coûts d'une expertise ou d'un avocat restent ainsi à la charge de celui qui en fait la demande. Les frais d'expertise peuvent être partagés si les parties l'acceptent.

Les entreprises ont jusqu'au 1^{er} janvier 2016 pour se mettre en conformité et choisir le médiateur ou la personne morale (association, fédération, etc.) qui devra les représenter auprès des consommateurs. La commission devant agréer les médiateurs n'étant toujours pas créée à ce jour, un délai supplémentaire sera sans doute proposé pour que les entreprises puissent se mettre en conformité avec la loi.

La saisie du médiateur

Le médiateur ayant été saisi doit en informer préalablement les parties. Un médiateur ne s'estimant pas en mesure de procéder à la médiation (pour des raisons d'indépendance ou d'impartialité) peut refuser la médiation. Les parties peuvent alors choisir un autre médiateur.

Le médiateur en charge du dossier doit au préalable vérifier qu'une solution amiable a été recherchée par les parties avant sa saisine (par exemple auprès du service client ou service réclamation de l'entreprise). Le consommateur devra donc en apporter la preuve avant toute saisie du médiateur. Le médiateur sera en droit de refuser toute médiation qui lui semblerait manifestement infondée ou incomplète.

Le médiateur ne doit recevoir aucune instruction des parties et doit leur communiquer toutes les pièces du dossier sur demande.

La médiation peut s'effectuer en présence des parties ou via des échanges de courriers/email, téléphone ou visioconférence. Si les parties ne trouvent pas d'accord amiable, le médiateur doit leur proposer une solution pour régler leur litige. Les parties disposeront alors d'un délai raisonnable fixé par le médiateur pour accepter ou refuser la proposition de conciliation. Le médiateur devient alors obligatoirement un médiateur aviseur (c'est-à-dire un médiateur, force de proposition, qui aide les parties à aller vers un accord).

Cette notion de médiateur aviseur pose donc la question de la responsabilité du médiateur. Cela n'est pas abordé dans la loi, ni dans le décret. Ainsi, ceux-ci ne semblent ne pas avoir l'obligation de souscrire à une assurance civile professionnelle.

Enfin, avant la médiation, le médiateur doit notifier aux parties qu'elles peuvent se retirer à tout moment du processus de médiation et qu'elles restent libres de saisir la justice si aucun accord amiable ne peut être trouvé. Enfin, les parties doivent avoir conscience que la décision d'un tribunal pourra être différente de la solution proposée par le médiateur.

Sauf exception pour une affaire complexe, une médiation ne peut excéder plus de 90 jours à partir de la saisine du médiateur par le consommateur.

Nomination du médiateur par une commission

Le médiateur est nommé pour une durée de 3 ans et peut être une personne physique ou une personne morale (association, société ou fédération de médiateurs).

Une commission d'évaluation et de contrôle des médiateurs de la consommation a été mise en place pour assurer la validation et l'inscription des médiateurs sur une liste officielle. Le secrétariat de cette commission est assuré par la DGCCRF. Cette liste sera ensuite transmise à la Commission Européenne.

Le médiateur devra transmettre à la commission ses coordonnées ainsi que l'adresse de son site internet ou espace permettant de le saisir. Il devra préciser le type de litiges qu'il accepte de traiter ou non et les langues pouvant être utilisées lors des médiations.

Le médiateur devra fournir une déclaration de motivation justifiant sa désignation comme médiateur de la consommation à la commission ainsi que son mode de rémunération et les modalités de financement de son activité.

Les médiateurs seront normalement nommés personnellement et évalués par la commission. En cas de manquements répétés, le médiateur se verra retirer de la liste par la commission.

Les médiateurs doivent mettre à la disposition du public un rapport d'activité annuel reprenant les métriques et statistiques de l'activité.

Il faut bien rappeler que ces obligations sont relatives aux médiateurs de la consommation et aux litiges relevant exclusivement du domaine de la consommation. La médiation au sens large (litiges dans le cadre du travail, litiges entre les particuliers, litiges commerciaux, etc.) n'est donc pas pour le moment concernée par ces obligations.

Obligations d'information du médiateur

Le médiateur doit indiquer sur son site internet la mention de son inscription à la liste de la

commission. Il doit également indiquer ses diplômes et son parcours professionnel et le type de litiges relevant de sa compétence.

Il doit préciser son appartenance à des réseaux de médiateurs transfrontaliers et les langues pouvant être utilisées pour une médiation.

Le médiateur doit aussi faire apparaître sur son site des mentions législatives et réglementaires relatives à la médiation de la consommation et un lien vers le site internet de la Commission Européenne dédié à la médiation de la consommation.

Les éléments du rapport d'activité du médiateur

Le rapport public annuel du médiateur doit préciser le nombre de litiges dont il a été saisi et leurs objets. Il doit préciser le nombre de litiges refusés, interrompus et le pourcentage de médiations exécutées. Il doit également indiquer la durée moyenne nécessaire à la résolution d'un litige.

Le médiateur doit donner une liste des questions les plus fréquemment posées, indiquer ses recommandations pour éviter les conflits et informer la commission de sa coopération au sein de réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers.

Pour les médiateurs rémunérés ou employés exclusivement par un professionnel, celui-ci doit indiquer le pourcentage des solutions proposées en faveur du consommateur ou du professionnel ainsi que le pourcentage des litiges résolus à l'amiable.

Conclusion

Telle que définie aujourd'hui par la loi, la gratuité totale de la médiation pour le consommateur soulève de nombreuses questions. La volonté du gouvernement de réduire le recours à la justice en poussant la médiation est somme toute une bonne chose. Il faudra néanmoins être vigilant sur une utilisation mal intentionnée ou excessive du dispositif par le consommateur qui pourra opposer à l'entreprise une médiation si celle-ci conteste un litige. Principalement pour les petits litiges, l'entreprise sera donc certainement contrainte de plier au risque de devoir supporter le coût d'une médiation supérieure à sa marge, voir même au montant total de la commande.

L'entreprise pourrait s'opposer à la médiation mais la loi stipule clairement que l'entreprise doit garantir au consommateur le recours « effectif » à un dispositif de médiation de la consommation (Article L152-1). Dans ce cas, reste la possibilité à l'entreprise de se retirer du processus de médiation dès le début de la médiation comme le lui permet le décret. Dès lors, les honoraires seront-ils dus ou non au médiateur ?

Dans les faits, sans doute qu'une partie du travail du médiateur (le travail préparatoire et d'analyse notamment) ne sera certainement pas payé en cas de refus par l'entreprise de participer à la médiation. Ce travail non rémunéré devra alors sans doute être supporté par le médiateur.

Même si la loi soulève encore de nombreuses interrogations sur son application, la médiation de la consommation ouvre donc aujourd'hui de nouvelles perspectives pour les médiateurs. Il est à rappeler que la profession de médiateur n'est pas réglementée et peut être exercée par tous. Cette première loi vient donc pour la première fois encadrer cette profession et pose peut-être les premiers jalons d'une future profession réglementée telle que celle des avocats.

Aujourd'hui assez peu sollicité du grand public, la médiation risque dans les prochaines années de prendre une place de plus en plus importante dans le paysage juridique français.

Les médiateurs souhaitant proposer leur service peuvent désormais le faire depuis des plateformes telles que www.mediaconf.fr.