



# La généralisation de la médiation à tous les secteurs de la consommation

publié le **26/04/2016**, vu **3110 fois**, Auteur : [Yaya MENDY](#)

**L'ordonnance du 20 août 2015 a généralisé la médiation à tous les secteurs de la consommation en obligeant tout professionnel à mettre en place une médiation de qualité, accessible à tous les consommateurs et protectrice de leurs intérêts.**

L'ordonnance du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation poursuit la mise en conformité du Code de la consommation au droit européen en transposant en droit français la directive européenne 2013/11/UE du 21 mai 2013, dite Directive RELC.

Ce texte élaboré à l'issue d'une large concertation auprès de l'ensemble des acteurs concernés, entend faciliter le recours aux modes de résolution amiable des litiges de la consommation. L'objectif affiché est de permettre aux consommateurs de faire valoir leurs droits sans recourir à des procédures judiciaires parfois longues et coûteuses.

A cet effet, l'ordonnance du 20 août 2015 a généralisé la médiation à tous les secteurs de la consommation en obligeant tout professionnel à mettre en place une médiation de qualité, accessible à tous les consommateurs et protectrice de leurs intérêts.

Ce mode extrajudiciaire de résolution des litiges fondé sur l'intervention d'un tiers appelé médiateur de la consommation s'applique à tous les litiges internes ou transfrontaliers entre un professionnel et un consommateur à l'exclusion de ceux concernant :

- les services d'intérêt général non économiques,
- les services de santé fournis par des professionnels de la santé aux patients,
- les prestataires publics de l'enseignement supérieur.

Sont en outre exclus du champ d'application de la médiation des litiges de la consommation:

- les litiges entre professionnels,
- les réclamations portées par le consommateur auprès du service clientèle du professionnel,
- les négociations directes entre le consommateur et le professionnel,

- les tentatives de conciliation ou de médiation ordonnées par un tribunal saisi du litige de consommation,
- les procédures introduites par un professionnel contre un consommateur.

Le médiateur de la consommation qui peut être une personne physique ou une personne morale a pour mission d'aider les parties à surmonter le litige qui les oppose par la recherche d'une solution amiable. Dans l'accomplissement de sa mission, le médiateur de la consommation est tenu à certains principes et doit proposer une solution aux parties dans les 90 jours suivant la saisine.

Nous envisagerons ci-après :

- L'accès des consommateurs au processus de médiation (1) ;
- L'encadrement du processus de médiation de la consommation (2).

## 1- L'accès des consommateurs au processus de médiation de la consommation

L'ordonnance du 20 août 2015 oblige donc les professionnels à garantir à chaque consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation en posant le principe de la gratuité de la médiation.

Ainsi aux termes de l'article L 152-1 du code de la consommation : « ***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*** ».

Toutefois, avant de pouvoir saisir le médiateur de la consommation :

- le consommateur doit justifier avoir tenté de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite,
- la demande du consommateur ne doit pas être manifestement infondée ou abusive,
- le litige ne doit pas avoir été précédemment examiné ou en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal,
- la demande doit être introduite auprès du médiateur dans un délai maximum d'un an à compter de la réclamation écrite du consommateur auprès du professionnel,
- le litige doit entrer dans le champ de compétence du médiateur de la consommation.

En cas de rejet de la demande de médiation, le médiateur de la consommation doit informer le consommateur dans un délai de trois semaines à compter de la réception de son dossier.

Pour satisfaire à l'obligation de mettre en place un dispositif de médiation de la consommation, le professionnel a le choix entre créer une médiation d'entreprise, s'affilier à une médiation sectorielle ou passer un contrat avec un médiateur conventionnel.

Concernant les médiateurs d'entreprise, salariés du professionnel partie au litige, ces derniers devront désormais être désignés, selon une procédure transparente, par un collège paritaire

composé à parts égales de représentants d'associations de consommateurs agréées et des représentants du professionnel.

Pendant l'exercice de sa mission de médiation, aucun lien hiérarchique ou fonctionnel ne doit exister entre le professionnel et le médiateur salarié de l'entreprise. Ce dernier doit donc être séparé des organes opérationnels du professionnel et disposer d'un budget distinct et suffisant pour l'exécution de ses missions.

A l'issue de son mandat, le médiateur a l'interdiction de travailler pendant au moins trois ans pour le professionnel qui l'a employé ou pour la fédération à laquelle ce professionnel est affilié.

Par ailleurs, en vue de faciliter le recours à la médiation, l'article L 156-1 du code de la consommation met à la charge du professionnel une obligation d'information et d'assistance du consommateur.

En effet, tout professionnel est tenu de communiquer au consommateur les coordonnées du ou des médiateurs compétents dont il relève. Cette information doit être accessible au consommateur en amont de la conclusion du contrat et devra être à nouveau délivrée par le professionnel après rejet de la réclamation écrite préalable.

En cas de litige transfrontalier, tout consommateur bénéficie de l'assistance et des informations nécessaires pour être orienté vers l'entité de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation compétente dans un autre Etat membre.

L'inobservation de ces obligations d'information et d'assistance par les professionnels est punie d'une amende administrative dont le montant peut aller jusqu'à 3 000 € pour une personne physique et 15 000 € pour une personne morale (article L 156-3 du code de la consommation).

## **2. L'encadrement du processus de médiation de la consommation**

### **a- le statut du médiateur de la consommation :**

Afin de garantir la loyauté du processus de médiation et renforcer la confiance dans ce mécanisme de résolution des litiges, le médiateur de la consommation doit répondre à un certain nombre d'exigences.

Ainsi, en plus d'être inscrit sur la liste des médiateurs notifiée à la Commission européenne, le médiateur de la consommation doit satisfaire aux conditions suivantes :

- Posséder des aptitudes dans le domaine de la médiation ainsi que de bonnes connaissances juridiques, notamment dans le domaine de la consommation ;
- Etre nommé pour une durée minimale de trois années ;
- Etre rémunéré sans considération du résultat de la médiation ;
- Ne pas être en situation de conflit d'intérêts.

Au delà de ces exigences, le médiateur de la consommation est tenu à certaines obligations.

## **b- les obligations du médiateur de la consommation :**

Afin de donner toutes ses chances au règlement amiable et éviter la réticence des parties durant le processus de médiation, l'article L 153-1 du code de la consommation dispose que :

**« 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. »**

- La transparence : signifie que pèse sur les médiateurs l'obligation de mettre à la disposition du public sur leur site internet d'une part des informations (coordonnées, types de litiges relevant de sa compétence, règles de procédure, liberté d'adhésion des parties, conséquences juridiques de la solution) et d'autre part les rapports d'activité annuels.

- L'efficacité : couvre l'accessibilité de la procédure, le droit de faire appel à un avocat, ou une association de consommateurs, la gratuité de la procédure pour le consommateur, la communication des informations pertinentes, le délai court de traitement du litige.

- L'équité : signifie que le médiateur propose une solution en fonction de ce qui est équitable et bon. Il n'a pas nécessairement à appliquer le droit, ni même à rappeler ses droits au consommateur. Il peut ainsi écarter les règles de droit lorsqu'il estime que leur application stricte nuirait à la solution du litige.

L'article L 152-3 du code de la consommation dispose par ailleurs que : **« La médiation des litiges de consommation est soumise à l'obligation de confidentialité. »**

Ce principe de confidentialité met à la charge du médiateur une obligation de discrétion. Ce dernier doit en effet se garder de révéler tout ce que les parties lui ont confié lors des entretiens qu'il a eu avec elles séparément ou ensemble. Il doit aussi se garder de révéler la responsabilité des parties en cas d'échec de la médiation. Il ne doit pas, par exemple, révéler d'où vient le blocage des négociations, ni la partie qui est responsable de l'échec de la médiation.

Cette obligation emporte des conséquences pour l'avenir. Ainsi, en cas d'échec de la médiation, il doit - sauf accord des parties – s'abstenir de témoigner dans un procès portant sur le même litige entre les parties. En cas de succès de la médiation, il a l'obligation de ne pas révéler le contenu de l'accord, sauf si les parties ont levé l'obligation de confidentialité pesant sur lui notamment lors de l'homologation de l'accord par le juge.

Il convient de noter enfin pour finir que la médiation reste un processus volontaire. Aucun texte n'oblige le consommateur à recourir au dispositif de médiation de la consommation.

D'ailleurs, pour garantir la liberté d'adhésion des consommateurs à la médiation de la consommation, l'article L 152-4 du code de la consommation prohibe les clauses de médiation préalable et obligatoire, c'est-à-dire **« toute clause ou convention obligeant le consommateur, en cas de litige, à recourir obligatoirement à une médiation préalable à la saisine du juge »**.

Le consommateur est donc libre d'entrer en médiation comme d'en sortir à tout moment et, in fine, d'accepter ou de refuser la solution qui s'en dégage. De plus, le recours au médiateur désigné par le professionnel ne prive pas le consommateur de son choix de saisir le juge en cas d'échec de la médiation. Ce droit d'accès au juge est en outre préservé par la suspension des délais de prescription de l'action.

Ainsi, aux termes de l'article 2238 du code civil, « ***La prescription est suspendue à compter du jour où, après la survenance d'un litige, les parties conviennent de recourir à la médiation ou à la conciliation ou, à défaut d'accord écrit, à compter du jour de la première réunion de médiation ou de conciliation.*** »