



CHARTRE MEDIATION CONSOMMATION

PREAMBULE

*Créée par la loi n°2010-737 du 1er juillet 2010, la **Commission de la Médiation de la Consommation (CMC)** est chargée d'émettre des avis et de proposer des mesures de toute nature pour évaluer, améliorer et diffuser les bonnes pratiques de médiation non judiciaire en matière de consommation.*

La Commission de la Médiation de la Consommation est une instance indépendante, composée d'un(e) président(e), de cinq représentants des consommateurs, de cinq représentants des professionnels et de deux personnalités qualifiées.

Cette commission n'a pas vocation à traiter des dossiers de médiation mais à participer activement au développement d'une médiation de qualité en matière de consommation.

Lors de l'installation de la Commission le 20 octobre 2010, le secrétaire d'État en charge de la Consommation lui a notamment donné pour mission d'élaborer une charte des bonnes pratiques de la médiation. L'objet de cette charte est d'établir les principes et les règles à respecter par les médiateurs ainsi que par les entreprises, secteurs et administrations qui mettent en œuvre un dispositif de médiation.

La présente charte s'inscrit dans le cadre de la directive européenne 2008/52/CE du 21 mai 2008 « sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale ».

Elle servira de socle à l'évaluation par la Commission des pratiques des différents médiateurs.

ARTICLE 1 - DEFINITION DE LA MEDIATION CONSOMMATION

La médiation de la consommation est un processus structuré dans lequel le médiateur a pour mission de faciliter la résolution d'un différend entre deux parties dont l'une est un professionnel et l'autre un consommateur, personne physique intervenant en dehors de son activité professionnelle. La médiation est menée par le médiateur avec impartialité, compétence et efficacité.

La médiation est un processus librement accepté par les parties. Ces dernières sont et restent libres d'interrompre, poursuivre, conclure ou non, la médiation qu'elles ont entreprise. La médiation impose aux parties une obligation de loyauté se caractérisant par une volonté de collaborer entre elles et de satisfaire aux demandes d'informations du médiateur.

Le recours à la médiation est gratuit pour le consommateur.

La médiation est un processus confidentiel sauf si les parties en conviennent autrement.



ARTICLE 2- LA COMMISSION DE LA MEDIATION DE LA CONSOMMATION (CMC)

La CMC est chargée d'évaluer les bonnes pratiques de médiation.

Dans ce cadre, la CMC est saisie ou se saisit pour avis de tout nouveau projet de charte de médiation afin de s'assurer que les conditions de sa mise en place et de son fonctionnement sont conformes à la présente charte. La CMC procède à la même évaluation en ce qui concerne les médiations de la consommation existantes. A la suite de cette évaluation, la CMC invite le médiateur à adhérer à la présente charte. Il figurera alors en qualité de médiateur signataire de la présente charte sur le site de la CMC : www.mediation-conso.fr

Le médiateur pourra faire mention de ce référencement en indiquant « Médiation reconnue par la Commission de la Médiation de la Consommation (CMC) ».

Un consommateur pourra informer la CMC de la mauvaise application par tout médiateur référencé des dispositions de la présente charte. La CMC pourra retirer de son site tout médiateur ayant des pratiques ou un fonctionnement non conformes à la présente charte.

ARTICLE 3 - LE MEDIATEUR

Article 3.1 - Garanties d'impartialité et d'indépendance

Le médiateur doit présenter les garanties nécessaires d'impartialité et d'indépendance dans l'exercice de ses fonctions. Il doit également bénéficier de la confiance des parties. A cet effet, il est prévu les règles suivantes :

- Un avis consultatif des associations de consommateurs agréées peut être sollicité pour sa nomination.
- Dans le cas d'une médiation d'entreprise, sa nomination ainsi que son rattachement se font au plus haut niveau.
- Lors de sa nomination, le médiateur s'engage à signaler toute incompatibilité ou tout conflit d'intérêt pouvant survenir au cours de son mandat.
- Le mandat du médiateur a une durée déterminée qui doit être suffisante de manière à assurer une stabilité et une continuité dans les affaires traitées : une durée de trois ans minimum, renouvelable dans les mêmes formes que celles de la nomination, est appropriée.
- Un médiateur ne peut être révoqué pendant la durée de son mandat, sauf pour des motifs légitimes. Il ne peut cumuler sa fonction de médiation avec toute autre fonction au sein de l'entreprise ou du secteur.
- Le médiateur doit disposer de moyens de fonctionnement en propre, notamment d'un budget autonome et d'une équipe dédiée appropriés à ses besoins. Son champ de compétence doit être le plus large possible.
- Le médiateur est une personne identifiée. Lorsqu'il existe une instance de médiation, cette instance est représentée par son président.



Article 3.2 - Garanties de compétence et d'efficacité

Le médiateur est choisi pour ses qualités humaines et sa compétence. Le médiateur justifie, selon le cas, d'une formation ou d'une expérience adaptée à la pratique de la médiation de la consommation. Il s'engage à actualiser régulièrement ses connaissances.

Une formation juridique ou spécifique au domaine n'est pas indispensable mais le médiateur doit pouvoir faire appel en cas de besoin à une assistance juridique ou technique.

ARTICLE 4 - PROCESSUS DE MEDIATION

Article 4.1 - Information et communication

L'entreprise disposant de son propre médiateur ou les entreprises ayant recours à un médiateur sectoriel informent les consommateurs de façon appropriée sur l'existence du médiateur, son rôle, son champ de compétence, la gratuité de la procédure, les modalités de saisine et la possibilité pour le consommateur de se faire assister par toute personne de son choix.

Tout document contractuel approprié entre le professionnel et le consommateur doit mentionner les coordonnées du médiateur.

L'information sur le médiateur est communiquée notamment via les sites internet des entreprises ou secteurs concernés et doit être facilement accessible.

La possibilité de s'adresser au médiateur, avec ses coordonnées et ses modalités de saisine, est indiquée lors de la réponse négative du dernier niveau de recours interne.

La communication sur le médiateur ne doit jamais être utilisée à des fins publicitaires.

Article 4.2 - Saisine

Le médiateur ne peut être saisi qu'après épuisement des recours du consommateur auprès des services chargés de la clientèle ou, en l'absence de réponse de ces services, dans un délai prévu qui ne peut être supérieur à 2 mois.

L'existence d'un service client/service consommateur adapté et de qualité est essentielle au bon fonctionnement de la médiation mais ne peut se confondre avec cette dernière.

La saisine du médiateur doit être faite par écrit et transmise par courrier, courriel, ou fax. Toute demande de médiation donne lieu à un accusé de réception.

Il est recommandé que le médiateur réoriente au bon niveau de réclamation le dossier qui lui a été adressé prématurément.

S'il se déclare incompétent, le médiateur doit informer le consommateur par écrit.

En cas de pluralité de systèmes de médiation, le consommateur est libre de saisir le médiateur de son choix.



Article 4.3 Déroulement

La date de l'accusé de réception de la demande de médiation, dès lors que celle-ci est recevable, constitue le point de départ de la médiation.

Chaque partie doit pouvoir faire entendre son point de vue.

Le médiateur et les parties sont tenus à la confidentialité en ce qui concerne le nom des parties, les informations obtenues lors de l'instruction du litige et les faits dont ils ont eu connaissance dans le cadre de la médiation.

Le médiateur rend ses avis en droit et en équité.

Il informe par écrit les parties du résultat de sa médiation. Sa réponse doit être claire et facilement compréhensible. A cette date, le délai de prescription recommence à courir.

Les parties sont libres d'accepter ou non la proposition de solution du médiateur. Toutefois, le refus par une entreprise de suivre l'avis du médiateur doit être motivé puis transmis au consommateur et au médiateur.

La fin de la procédure de médiation peut-être constatée, à la demande des parties, dans un protocole écrit qui constate les points d'accord que les personnes ont décidé d'y faire apparaître.

Ce protocole d'accord peut faire l'objet d'une homologation par un juge dans les conditions prévues par le Code de procédure civile.

Si l'avis a été accepté par les parties, le médiateur a vocation à être informé par ces dernières d'éventuelles difficultés dans la mise en œuvre de cet avis.

Article 4.4 Durée

La durée d'une médiation est normalement de deux mois au maximum à compter de la date de l'accusé réception de la demande de médiation recevable. En cas de litige complexe, la médiation peut être prolongée une fois, pour une même durée, à la demande du médiateur.

Article 4.5 Liberté de la médiation

Chaque partie conserve la faculté d'interrompre la médiation à tout moment. Pour les consommateurs, le recours à la médiation de la consommation ne saurait, en aucun cas, constituer une condition préalable à un recours en justice.



ARTICLE 5 - RAPPORT ANNUEL PUBLIC ET PROPOSITIONS DU MEDIATEUR

Chaque médiateur établit un rapport annuel qui est rendu public et transmis à la CMC pour information.

Ce rapport comprend notamment une analyse des saisines (nombre total, nombre de saisines rejetées, nombre d'avis favorables au professionnel ou au consommateur, ...) et un récapitulatif des principaux litiges traités dans l'année. Il inclut également la charte dans le cadre de laquelle le médiateur exerce ses fonctions, son parcours professionnel ainsi que des moyens dont il dispose pour accomplir ses missions.

En outre, à partir du traitement des dossiers individuels, le médiateur peut formuler des propositions d'amélioration afin de prévenir le renouvellement de certains litiges répétitifs ou significatifs et contribuer à améliorer la qualité de service des secteurs concernés.

Ces recommandations générales, dont il suit la mise en œuvre, sont incluses dans le rapport annuel du médiateur.

Les principes et règles définis dans le présent document doivent être repris dans chacune des chartes instituant un médiateur de la consommation.

La présente charte se réfère notamment aux textes suivants :

- Articles L534-7, R534-11 et R534-12 du Code de la Consommation
- Recommandation européenne n°98/257/CE du 30 mars 1998 concernant les principes applicables aux organes responsables pour la résolution des litiges de consommation (J.O.C.E. L.115 du 17 avril 1998)
- Recommandation européenne n°2001/310/CE du 4 avril 2001 relative aux principes applicables aux organes extrajudiciaires chargés de la résolution consensuelle des litiges de consommation (J.O.C.E. L.109 du 19 avril 2001).
- Directive européenne 2008/52/CE du 21 mai 2008 sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale
- Avis du Conseil National de la Consommation (CNC) du 6 juillet 2004, relatif à la médiation dans le domaine de la consommation (BOCCRF du 1er mars 2005).
- Avis du CNC du 27 mars 2007, relatif à la médiation dans le domaine de la consommation et aux modes alternatifs de règlement des litiges
- Charte des médiateurs de services au public
- Rapport du Conseil d'Etat du 20 juillet 2010 « Développer la médiation dans le cadre de l'Union européenne »