Le Médiateur
des communications électroniques }

RAPPORT

2014



SOMMAIRE

3 ÉDITO / LE MÉDIATEUR : MISSION DE VIGILANCE ET DE CONFIANCE

5 LA MÉDIATION DANS LE PARCOURS CLIENT

6 LA RÉSOLUTION DES LITIGES EN 2014

12 LES RECOMMANDATIONS DU MÉDIATEUR

16 FICHES PRATIQUES

20 L'AGENDA DU MÉDIATEUR

21 L'ACTUALITÉ ET LES PERSPECTIVES DE LA MÉDIATION

23 LA FICHE D'IDENTITÉ

25 LA CHARTE DE MÉDIATION

LE MÉDIATEUR,

MISSION DE VIGILANCE ET DE CONFIANCE



© Thomas Bartel

Un paysage numérique en pleine mutation

Le paysage des communications électroniques change : développement de la 4G et du Très Haut Débit, déploiement de la fibre, transfert aux opérateurs des fréquences 700 Mhz, nouveaux usages d'achat des consommateurs, généralisation des objets connectés. Dans le même temps, s'opère une concentration des opérateurs sous le regard attentif de l'Autorité de la Concurrence, qui veille à ce que soit préservée entre ceux-ci, une animation concurrentielle au profit de leurs clients.

Un avenir prometteur pour les consommateurs

À l'heure de la transposition, au plus tard en juillet 2015, dans le droit interne, de la Directive européenne du 21 mai 2013, « le règlement extra-judiciaire des litiges de consommation (REL) », devient le mode privilégié pour assurer aux consommateurs, sans qu'ils aient à intenter une action en justice, un niveau élevé de protection, au travers d'une qualité accrue, de prix raisonnables, de normes de sécurité élevées pour les biens et les services.
Dans cet environnement s'exprime un besoin constant, voire croissant d'égalité, de respect du droit et des conventions, bref, de justice. Le client réclame plus d'écoute, plus d'information, plus de transparence, plus de sécurité, plus de pédagogie. Pour répondre à ces attentes, j'ai introduit dans le Rapport de cette année des fiches pratiques destinées à mieux informer les clients de leurs droits et devoirs, dans leur quotidien de consommation de biens et de services de communications électroniques. Ce secteur plus que tout autre, parce qu'il est le vecteur de la relation à l'autre, doit répondre avec efficacité à ces attentes.

Droit, équité et justice au cœur de la médiation

La médiation, c'est bien de cela qu'il s'agit dans le REL, est désormais garantie à tous les consommateurs, dans tous les secteurs. Elle a en effet démontré toutes ses vertus bien connues : rapidité, simplicité, impartialité. La médiation rétablit la confiance et permet d'accéder à un dénouement rapide et équitable des litiges. Elle est pourtant un équilibre fragile. Le Médiateur rend « un avis en droit qu'il peut compléter par des considérations tirées de l'équité ». Ainsi, le Médiateur modère les effets de la règle de droit au regard des circonstances spécifiques du cas qui lui est soumis. Il s'agit, en ayant recours à l'équité, d'assouplir la rigueur de l'application du droit qui conduirait à une situation injuste.

La médiation, des résultats visibles

La médiation instaurée depuis plus de dix ans, par l'Association de la Médiation des Communications Electroniques (AMCE) a montré sa réussite tant dans le règlement des litiges nés entre les opérateurs et leurs clients que dans l'amélioration des pratiques du secteur. La prise en compte, par les opérateurs, des recommandations formulées année après année, par le Médiateur, a permis de prévenir le renouvellement de litiges répétitifs et significatifs.
La question se pose de savoir jusqu'où le Médiateur peut aller sans mettre en cause des règles impératives, tarifaires par exemple, en s'assurant de l'exactitude des faits au travers d'historiques imprécis, voire contradictoires, fournis par les parties, pour apporter un traitement personnalisé à un litige bien identifié dans sa particularité. Souplesse et rigueur de la démarche, distance et empathie sont requises dans la pratique de la médiation pour que, malgré la crispation des relations et la tension des situations « avec l'équité, le droit rencontre la justice ».

Le défi quotidien du Médiateur :

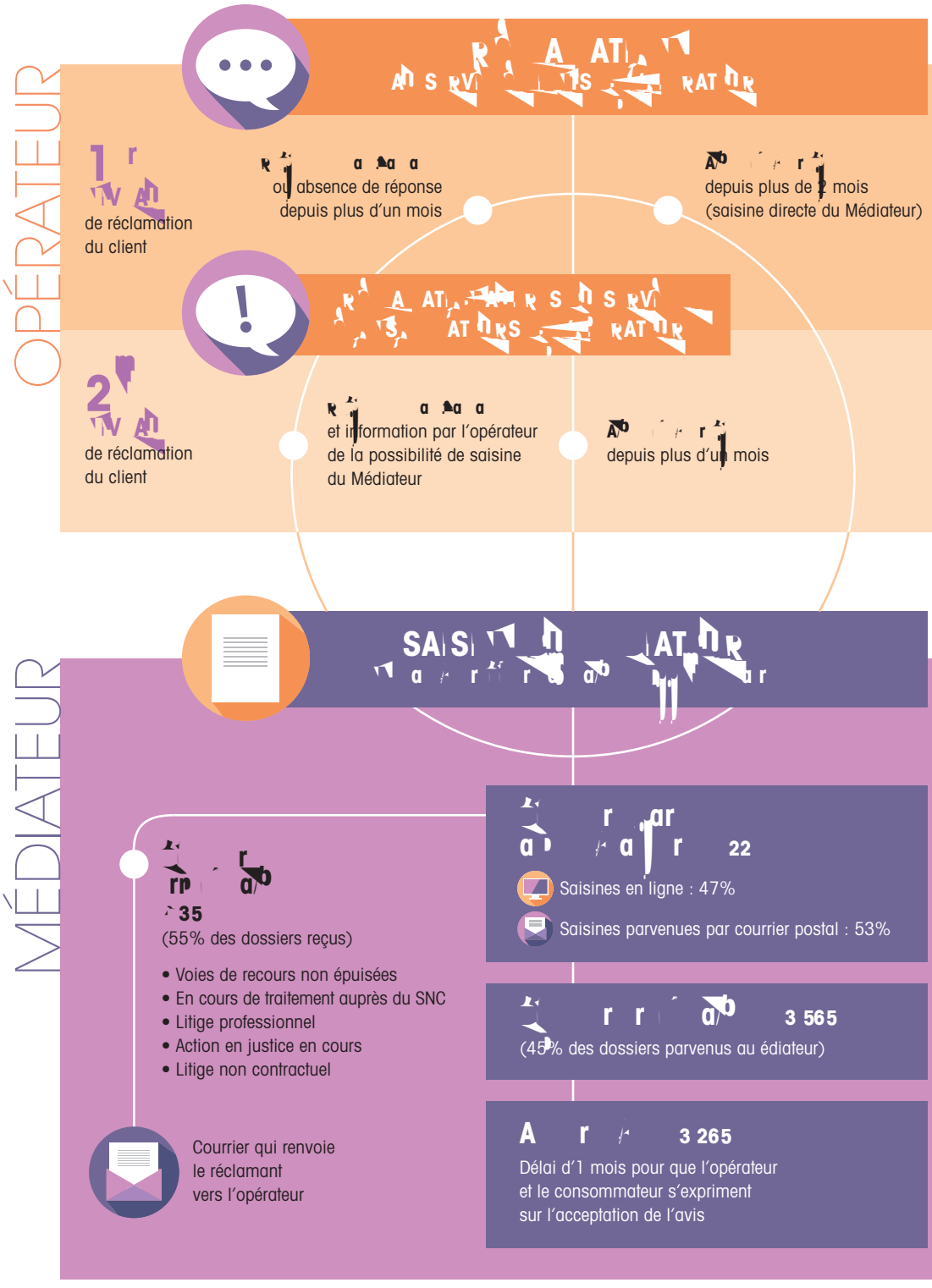
la relation de confiance avec les clients et les opérateurs

Ce rapport reprend les axes essentiels de mon action : vigilance à l'égard de l'information donnée au consommateur lors de la conclusion du contrat et au cours de son exécution, attention à la qualité de l'écoute des consommateurs, suivi rigoureux de l'application par les opérateurs des recommandations, traitement personnalisé des courriers des clients.

Au cours de mes deux années d'exercice, j'ai mesuré la richesse de la médiation, ses difficultés, sa réussite. Je souligne le travail d'une équipe compétente, motivée et attachée à des relations confiantes et constructives avec les opérateurs, pour offrir aux consommateurs une résolution des litiges rapide et harmonieuse. Je vous remercie de l'attention que vous porterez aux données chiffrées qui donnent une vision la plus complète possible de la médiation des communications électroniques et à la présentation des actions menées au cours de l'année 2014.

Bonne lecture.

Marie Louise Desgrange, Médiateur



Les dossiers parvenus au Médiateur en fin d'année 2014 donnent lieu à des avis datés 2015, d'où le différentiel entre le nombre d'avis recevables et d'avis rendus.

LA MÉDIATION DANS LE PARCOURS CLIENT

MIEUX CONNAÎTRE LE MÉDIATEUR

Depuis plus de 10 ans, le Médiateur des Communications Electroniques veille à faciliter le dialogue entre les clients et leurs opérateurs. Il formule des avis et des recommandations destinés à la résolution amiable des litiges et à l'amélioration des pratiques du secteur dans son ensemble.

Pourquoi saisir le Médiateur ?

Le Médiateur propose aux clients un recours alternatif gratuit, efficace et confidentiel des litiges qui les opposent à leurs opérateurs de communications électroniques. Conformément à la charte de médiation, le Médiateur s'engage à rendre ses avis dans un délai de 2 mois, assurant un traitement rapide de chaque dossier.
Sa position lui permet de rendre des avis impartiaux élaborés en droit et en équité. La nature de ces avis étant consultative, la médiation est un recours aisé pour les clients, qui maintient la possibilité d'engager une procédure judiciaire en cas de désaccord persistant.

Quand saisir le Médiateur ?

Pour qu'une demande soit examinée par le Médiateur, le client doit :

- soit avoir épuisé les deux recours internes (service clients puis service consommateurs) mis à sa disposition par son opérateur et estimer que les réponses qui lui ont été apportées ne sont pas satisfaisantes ;
- soit ne pas avoir obtenu de réponse de la part du service consommateurs de son opérateur malgré une réclamation écrite de plus d'un mois ;
- soit ne pas avoir obtenu de réponse de la part du service clients de son opérateur malgré une réclamation de plus de deux mois.

Le Médiateur ne peut pas être saisi si une action en justice a été engagée par le client ou par l'opérateur, sauf si les deux parties y consentent expressément. Le Médiateur ne peut pas par ailleurs être saisi d'un litige ayant un caractère professionnel.

Pour qu'un dossier soit traité, il est également impératif que l'opérateur impliqué soit membre de l'Association Médiation des Communications Électroniques (AMCE). À ce jour, l'Association compte parmi ses membres la quasi totalité des acteurs du secteur.

Comment saisir le Médiateur ?

Les clients peuvent saisir le Médiateur via un formulaire accessible en ligne, sur son site www.mediateur-telecom.fr ou par courrier postal, à l'aide du formulaire téléchargeable sur le même site.
La part des saisines en ligne poursuit sa progression : le taux qui était de 41% a atteint 47% en 2014. Il continue de se distinguer comme l'un des meilleurs systèmes de médiation proposant ce type de saisine.

Comment travaille le Médiateur ?

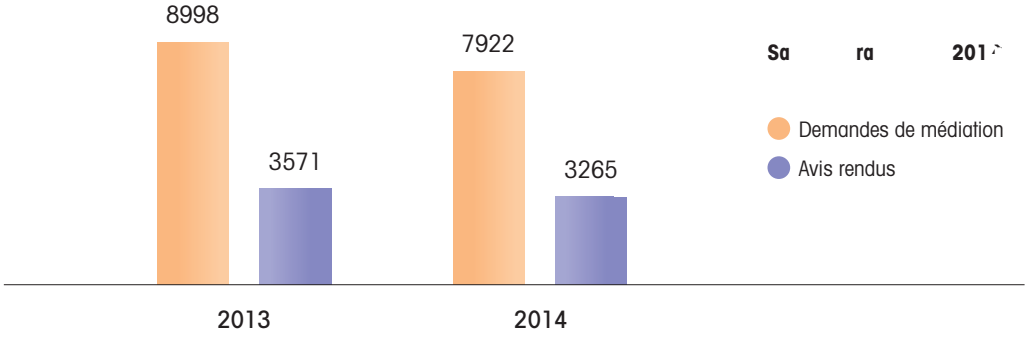
Le Médiateur traite chaque sollicitation en plusieurs étapes :

- il procède à un examen de recevabilité, afin de s'assurer que la requête adressée par les clients répond aux critères applicables ;
- il analyse avec l'équipe de juristes les pièces produites et propose un avis ;
- il adresse l'avis rendu à chaque partie, le client et l'opérateur. Chacune dispose d'un mois pour faire connaître son acceptation ou son refus au Médiateur, ainsi qu'à l'autre partie. En cas de désaccord persistant, toutes deux conservent la possibilité de porter le litige devant les tribunaux compétents.

LA RÉSOLUTION DES LITIGES EN 2014

L'ÉVOLUTION GLOBALE DE L'ACTIVITÉ

La baisse du nombre de saisines constatée en 2013 s'est confirmée en 2014, mais dans des proportions moindres (-12% par rapport à 2013). Par ailleurs, le nombre d'avis rendus par le Médiateur en 2014 s'est élevé à 3 265 avis.



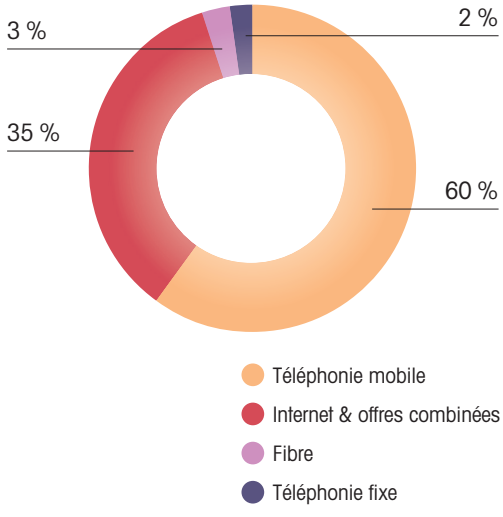
Les principaux domaines de litiges

La téléphonie mobile
La part du mobile déjà la plus importante en 2013 se renforce, avec 60% des avis rendus ;

Internet et les offres combinées
L'ADSL se maintient en seconde position, avec 35% des avis rendus ;

La fibre
La fibre reste stable avec un niveau assez faible de litiges, comptabilisant 3% des avis ;

La téléphonie fixe (RTC)
Le RTC demeure minoritaire, avec 2% du volume concerné.



	2013	2014
Téléphonie mobile	2084	1952
Internet & offres combinées	1263	1128
Fibre	118	103
Téléphonie fixe	106	82
Total	**3571**	**3265**

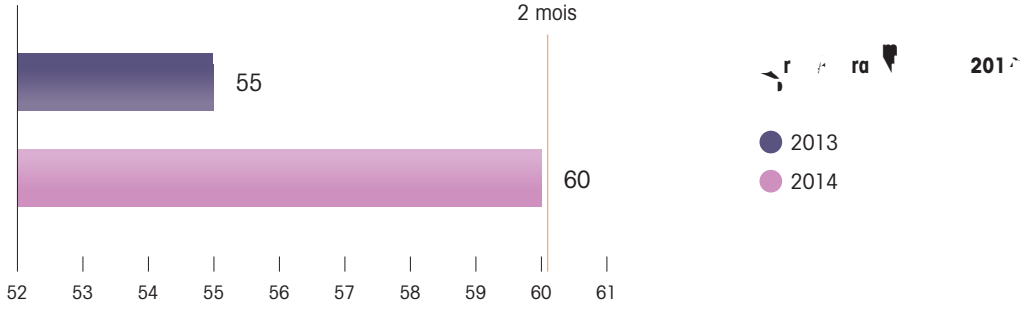
LA NATURE DES AVIS

En 2014, le taux de requêtes satisfaites a augmenté de 3 points par rapport à l'année dernière, passant de 85% à 88% des avis rendus. Cette augmentation s'explique notamment par une réduction du nombre des avis rendus par le Médiateur rejetant la requête du client. Le nombre de requêtes totalement satisfaites a enregistré une baisse de 2 points, alors que les requêtes partiellement satisfaites ont enregistré une hausse du même ordre.
Le nombre de requêtes satisfaites sur proposition de l'opérateur dans le cadre de la médiation est de 86%, augmentant d'un point. Ces chiffres confirment l'implication des opérateurs dans le processus de règlement amiable, et l'intégration des solutions proposées par le Médiateur.

	2013	201
Requêtes satisfaites	3053	2872
Totalement	1260	1111
Partiellement	1793	1761
Requêtes non satisfaites	518	393
Total	**3571**	**3265**

LA DURÉE DE TRAITEMENT

En 2014, le Médiateur a respecté le délai prévu par l'article 9.1 de la Charte qui fixe, sauf cas complexe demandant plus d'analyse ou une étude complémentaire, à deux mois le délai d'instruction du dossier et le rendu de l'avis.



LE SUIVI PAR LES OPÉRATEURS DES AVIS DU MÉDIATEUR

	Taux d'acceptation
Bouygues telecom	100%
Coriolis	100%
EI telecom	100%
Free	91,85%
La poste mobile	100%
Numericable	100%
OMEA telecom	100%
Orange	99,44%
Orange Caraibes	100%
Orange Réunion	100%
Prixtel	100%
SFR	99,76%
SRR	100%
Taux d'acceptation	**99%**

Les pourcentages présentés ne tiennent pas compte du poids des opérateurs dans la totalité des saisines et des avis rendus.

Dans leur très grande majorité, les opérateurs ont accepté tous les avis les concernant rendus par le Médiateur. Le taux d'acceptation des avis a augmenté d'1 point en 2014, pour atteindre 99% d'avis acceptés.

Le nombre d'avis refusés a fortement baissé : 44 avis refusés en 2014 pour 68 en 2013.

Le refus des avis par les opérateurs

Les motifs de refus par les opérateurs concernent les avis rendus sur :

- la contestation de la facturation ;
- le dysfonctionnement d'un mobile et la mise en œuvre des garanties ;
- la contestation de la validité des modifications contractuelles ;
- le mode de paiement et les frais associés.

Les motifs de refus de la part des opérateurs sont similaires à 2013 :

- le report de la faute sur une tierce personne ;
- le refus du principe d'équité ;
- le désaccord avec l'argumentation juridique du Médiateur ;
- le désaccord avec l'analyse des faits.

	2012	2013	2014
Avis rendus*	4326	3053	2868
Avis refusés	22	68	44
Taux d'acceptation	**99,5%**	**98%**	**99%**

* Base des réclamations partiellement ou totalement satisfaites.

LA SUITE DONNÉE AUX AVIS RENDUS PAR LE MÉDIATEUR

Le Médiateur à l'écoute des consommateurs

Particulièrement attentif à la suite donnée à ses avis par les consommateurs, le Médiateur analyse depuis avril 2013 les courriers reçus.
Dans le cadre de ce dispositif, il suit de manière structurée et régulière les retours clients pour y apporter une réponse efficace.
En 2014, le Médiateur a traité 734 courriers de clients, soit 22% des avis rendus.

Il s'agit, pour 36%, de courriers de remerciements ou d'acceptation ; 2% sont des refus d'avis clients.
Des échanges complémentaires avec le Médiateur relatifs à l'exécution de l'avis par l'opérateur ont concerné 62% de ces courriers.

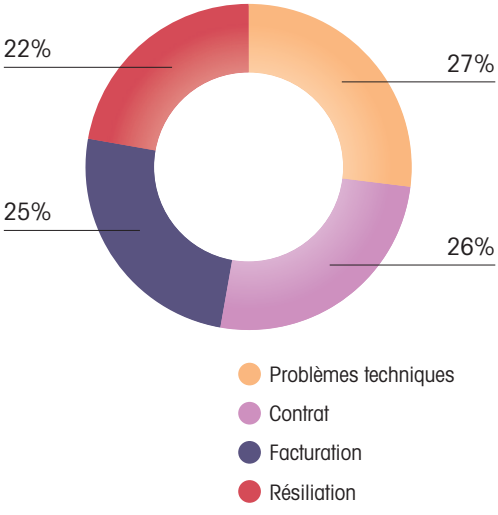
LA TYPOLOGIE DES LITIGES

À la source des litiges en 2014, tous domaines confondus, il y a :

- **la qualité de service :** non respect des délais d'activation des services, difficultés d'accessibilité de la TV par ADSL, insuffisance des débits ;
- **l'information délivrée lors de l'engagement ou du réengagement et ses conséquences sur la facturation :** litiges liés à la migration de forfait, au réengagement ou à l'application de la loi Chatel ;
- **le développement des nouveaux usages** ayant trait aux achats multimédias ou au paiement de ces achats sur la facture des clients ;
- **les modifications contractuelles** proposées par l'opérateur au titre de la liberté de sa politique commerciale : litiges liés aux changements d'offres, de remises, de tarifs, des conditions générales d'abonnement ;
- **la relation avec le service après-vente :** livraison défectueuse de mobiles, qualité des rapports d'intervention d'opérateurs, mise en œuvre de l'assurance en cas de vol ;
- **la perte du numéro et la perte de services :** litiges liés au respect de la procédure applicable en cas d'écrasement de ligne (Changement de Ligne Non Sollicité - CLNS) ou à l'impossibilité de la réattribution d'un numéro mobile ;
- **les communications en itinérance** et les difficultés à maîtriser les dispositions du règlement « Roaming 3 » ;
- **les motifs légitimes invoqués pour la résiliation sans frais :** différences d'interprétation entre les clients et les opérateurs.

Les principaux types de litiges

Les litiges traités par le Médiateur se répartissent en quatre grandes catégories, avec une prédominance des problèmes techniques (27%) et des contrats (26%).



[illegible]	2013	201[illegible]
Problèmes techniques	859	881
Contrats	897	858
Facturation	875	804
Résiliation	940	722
Total	**3571**	**3265**

Les problèmes techniques

La mise en œuvre des garanties par les services après vente des opérateurs est un sujet de litige récurrent qui a cru en 2014, notamment pour les mobiles ;

Les contrats

Le non respect des modalités d'exécution des contrats en cas de changement d'offre, de remises, de tarifs ou de conditions générales d'abonnement reste une source importante de litige ;

La facturation

Les litiges liés à la facturation restent stables et concernent principalement les migrations de forfaits, les frais de réengagement, l'application de la loi Chatel ;

La résiliation

Le succès des offres sans engagement semble infléchir le nombre de litiges, puisqu'elles apportent plus de flexibilité aux clients, réduisant en conséquence les litiges liés aux frais de résiliation.

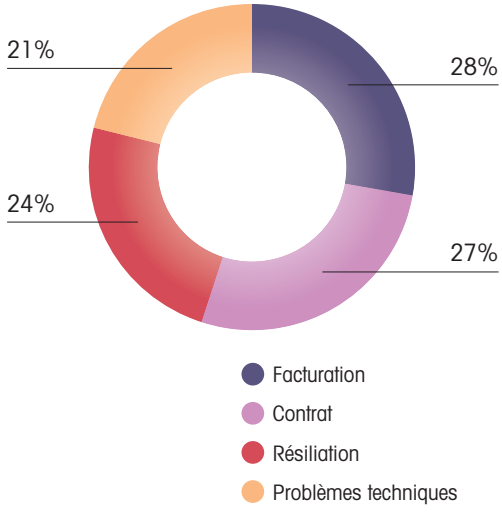
Les litiges mobile

En 2014, le mobile concentre le plus fort taux de litiges avec 60% des avis rendus (+2 points par rapport à 2013).

Alors que la résiliation a enregistré une baisse notable de 6 points, les problèmes techniques ont eux, augmenté de 5, essentiellement du fait des demandes de prise en charge des appareils adressées aux opérateurs qui refusent de réparer ou de remplacer le mobile, dans le cadre des garanties. Le nombre de litiges liés à la facturation et aux contrats reste stable.

Par ordre d'importance en 2014 :

- **La facturation :** 28% des avis rendus, contre 26% en 2013 ;
- **Les contrats :** 27% des avis rendus, contre 28% en 2013 ;
- **La résiliation :** 24% des avis rendus, contre 29% en 2013 ;
- **Les problèmes techniques :** 21% des avis rendus, contre 16% en 2013.



[illegible]	2013	201[illegible]
Facturation	549	547
Contrats	591	534
Résiliation	609	457
Problèmes techniques	335	414
Total	**2084**	**1952**

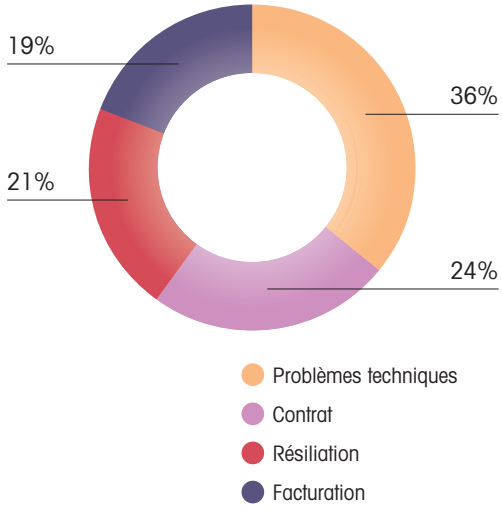
Les litiges ADSL

En 2014, les litiges ADSL se sont maintenus en seconde position avec 35% des avis rendus.

Les réclamations portant sur des problèmes techniques restent la principale cause de litige et enregistrent une augmentation de 2 points. Les litiges sur la facturation et la résiliation sont en baisse et ceux portant sur les contrats en hausse de 3 points.

Par ordre d'importance en 2014 :

- **Les problèmes techniques :** 36% des avis rendus, contre 34% en 2013 ;
- **Les contrats :** 24% des avis rendus, contre 21% en 2013 ;
- **La résiliation :** 21% des avis rendus, contre 23% en 2013 ;
- **La facturation :** 19% des avis rendus, contre 22% en 2013.



[illegible]	2013	201[illegible]
Problèmes techniques	430	406
Contrats	260	275
Résiliation	291	235
Facturation	282	212
Total	**1263**	**1128**

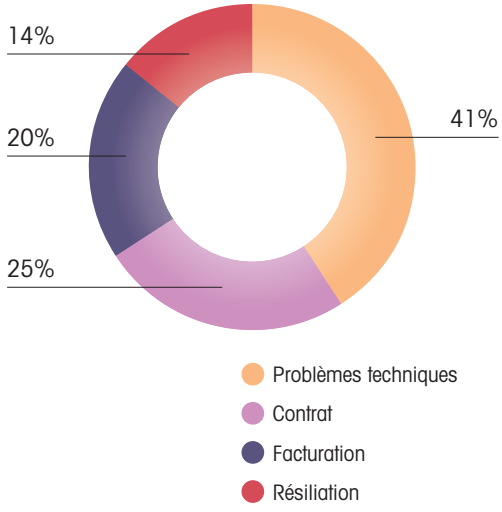
Les litiges fibre

En 2014, les litiges fibre sont stables, représentant 3% des avis rendus.

La fibre est une technologie en cours de déploiement et d'appropriation par les clients. Les sources de réclamation portent essentiellement sur des aspects d'ordre technique, les litiges étant principalement liés à l'accès et au raccordement.

Par ordre d'importance en 2014 :

- **Les problèmes techniques :** 41% des avis rendus, contre 49% en 2013 ;
- **Les contrats :** 25% des avis rendus, contre 21% en 2013 ;
- **La facturation :** 20% des avis rendus, contre 13% en 2013 ;
- **La résiliation :** 14% des avis rendus, contre 17% en 2013.



[illegible]	2013	201[illegible]
Problèmes techniques	58	42
Contrats	25	26
Facturation	15	21
Résiliation	20	14
Total	**118**	**103**

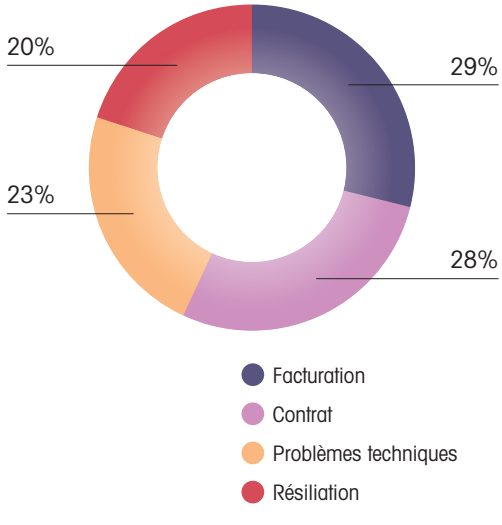
Les litiges téléphonie fixe (RTC)

Avec 2% du volume des litiges, la part de la téléphonie fixe ne cesse de se réduire, notamment pour les facturations d'appel vers des numéros spéciaux censés être inclus dans les forfaits ou les options souscrites.

En 2014, alors que les réclamations portant sur les problèmes techniques ont largement baissé (-11 points), celles liées aux contrats ont nettement augmenté (+8 points).

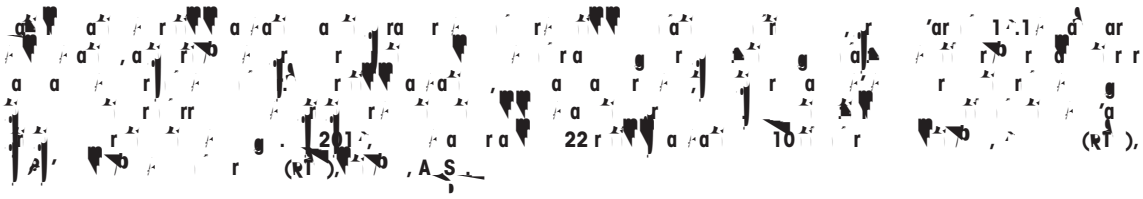
Par ordre d'importance en 2014 :

- **La facturation :** 29% des avis rendus, contre 27% en 2013 ;
- **Les contrats :** 28% des avis rendus, contre 20% en 2013 ;
- **Les problèmes techniques :** 23% des avis rendus, contre 34% en 2013 ;
- **La résiliation :** 20% des avis rendus, contre 19% en 2013.



[illegible]	2013	201[illegible]
Facturation	29	24
Contrats	21	23
Problèmes techniques	36	19
Résiliation	20	16
Total	**106**	**82**

LES RECOMMANDATIONS DU MÉDIATEUR



- tous les opérateurs reçoivent chaque trimestre, sous forme anonymisée, l'ensemble des recommandations émises par le Médiateur ;
- chaque opérateur est destinataire d'un courrier personnalisé lui signalant les recommandations qui le concernent ;
- à la fin de l'année, un fichier reprenant toutes les recommandations est envoyé à chaque opérateur, accompagné d'un questionnaire dédié à ses observations.

Le Médiateur analyse les réponses des opérateurs.
Ce dispositif assure le suivi de la mise en application par les opérateurs des recommandations. Il permet d'émettre plus régulièrement les recommandations. Il alimente les échanges avec les opérateurs, lors des réunions bilatérales. Il facilite leur présentation dans le Rapport Annuel.

1 • L'INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE ET CONTRACTUELLE

L'amélioration de l'information donnée aux clients en amont de l'achat d'un appareil, lors de la souscription d'un service, ou au cours de l'exécution d'un contrat, est demeurée en 2014 le principal sujet des recommandations : 7 recommandations sur 22 lui sont consacrées. Les principales sources de ces recommandations sont l'imprécision concernant :

Mobile, ADSL et fibre

- la durée d'offres promotionnelles, notamment lorsque celles-ci accordent un accès gratuit temporaire à certaines chaines TV payantes ;
- l'incidence sur la facturation, principalement pour des appels à l'étranger, de l'utilisation de caractères spéciaux dans un SMS, qui limite le nombre de caractères, qui passent de 160 à 70 ;
- la présence lors de la vente du téléphone de surcouche logicielle ne permettant pas de déverrouiller le bootloader de l'appareil ;
- l'existence dans le contrat d'abonnement de frais encourus en cas de résiliation anticipée d'une option réengageante ;
- la mention de la durée d'engagement restant à courir ou celle de la date de fin d'engagement ;
- la rédaction des conditions d'abonnement, s'agissant de la clause de compensation prévue lorsque la prestation de conservation du numéro n'a pas été réalisée dans les conditions prescrites.

Le Médiateur recommande aux opérateurs
De fournir à leurs clients une information claire et exhaustive leur permettant, dans les diverses situations qui viennent d'être analysées, de connaître immédiatement les conditions de leur engagement et d'appréhender en conséquence de manière aisée la facturation.

Le suivi par les opérateurs
La majorité des opérateurs déclare suivre ces recommandations. Certains font cependant valoir un traitement au cas par cas, ou invoquent des difficultés techniques de mise en œuvre. D'autres déclarent mettre ces recommandations à l'étude.

BOOTLOADER
Logiciel permettant le démarrage d'un mobile

2 • LA FACTURATION

Les litiges à la source des recommandations liées à la facturation portent sur les services de données en itinérance, la facturation d'achats multimédias et les pratiques des sociétés de recouvrement.



Mobile

- la mise en place de plafonds de dépense pour la consommation de données en itinérance, selon Roaming ;
- la mise en place de plafonds limitant les dépenses préconisées par le fournisseur de contenus et d'applications de services, en ligne.



Mobile, ADSL et fibre

- le paiement des frais exigés lors de recouvrement amiable ;
- l'indication de la nature des services multimédias (Internet+, SMS+, …), facturés selon qu'il s'agit d'un achat à l'acte ou à l'abonnement.

ROAMING

Également appelé Eurotarif, il s'agit du mode de tarification appliqué à l'occasion d'une utilisation de son téléphone mobile en itinérance (hors du territoire national).

Le Médiateur recommande aux opérateurs de :

- s'assurer que le déblocage par le client d'un plafond prévu pour les consommations data en itinérance ne vaut que pour le cycle de facturation mensuel, qu'il n'est pas maintenu pour les cycles de facturation suivants et que le client ne peut le supprimer avant que ce plafond soit atteint ;
- instaurer un seuil maximal au-delà duquel aucun nouvel achat sur une plateforme de contenus et d'applications de services en ligne ne pourra être effectué ;
- faire preuve de vigilance à l'égard des pratiques des sociétés de recouvrement qu'ils mandatent ;
- préciser si le service multimédia correspond à un achat à l'acte ou à l'abonnement.

Le suivi par les opérateurs

- si les opérateurs respectent les dispositions prévues par le règlement UE « Roaming 3 », leur mise en pratique révèle des disparités, en termes de seuils, de plafonds de consommation et d'informations données aux clients. Certains opérateurs soulignent la liberté individuelle des clients ;
- tous les opérateurs ont mis en place des plafonds pour les achats sur les plateformes de contenus et d'applications de services en ligne, avec des seuils qui diffèrent sensiblement ;
- les opérateurs se sont tous assurés, conformément à la recommandation, que leurs prestataires ne facturaient plus de frais de recouvrement et avaient mis fin à ces pratiques anormales.

3 • L'EXÉCUTION DU CONTRAT

Il s'agit de difficultés tenant à :



Mobile

La non réception par le client d'un téléphone commandé à distance et remis à une tierce personne et la livraison au client d'un terminal défectueux ou incomplet.



ADSL et fibre

La sécurisation d'achats multimédias par le système Internet+ de la box.

Le Médiateur recommande aux opérateurs de :

- prendre les mesures nécessaires à la bonne exécution des obligations résultant du contrat conclu à distance, pour s'assurer dans la pratique, de l'acheminement du téléphone commandé par le transporteur et de sa remise au client destinataire et non pas à un tiers ;
- sécuriser la box par la saisie systématique d'un mot de passe préalable à tout achat Internet+.

Le suivi par les opérateurs

- les pratiques des opérateurs en matière de vérification de l'acheminement des colis jusqu'à leur destinataire sont diverses. Certains s'en tiennent à la seule obligation légale d'un engagement sur la date de livraison. D'autres ont mis en place des procédures plus approfondies ;
- quant aux achats Internet+, les quelques opérateurs n'ayant pas encore sécurisé par un mot de passe se disent prêts à mettre en œuvre la recommandation.

4• LA RELATION AVEC LE CLIENT

Il est relevé que :

Mobile

La relation entre l'opérateur et le client est malaisée, lorsque le client se voit refuser la mise en œuvre d'une garantie, alors que le rapport d'intervention du SAV est imprécis et confus sur la description de la panne constatée.

Mobile, ADSL et fibre



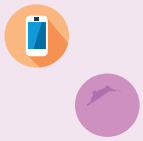
- le client rencontre des difficultés pour bénéficier des gestes commerciaux accordés ;
- le client ne parvient pas à récupérer le numéro de ligne dont il a été privé.

Le Médiateur recommande aux opérateurs de :

- fournir des rapports d'intervention précis, détaillant les dommages et complétés de photos du terminal soumis à l'examen ;
- préciser par écrit tout geste commercial et à l'occasion d'accès gratuits à des usages multimédias, préciser la procédure à suivre pour en bénéficier ;
- mettre en place une procédure permettant de réattribuer au client son numéro, dès lors qu'il n'a pas encore été affecté à un nouveau client.

Le suivi par les opérateurs

- les opérateurs se sont déclarés attentifs à l'enrichissement de leurs rapports d'intervention et certains prévoient l'adjonction de photos ;
- tous les opérateurs ont confirmé communiquer leurs gestes commerciaux à leurs clients par un SMS ou par une information disponible sur l'interface client de leur site ;
- la mise en place d'une quarantaine prévue par l'ARCEP favorisera désormais la réattribution du numéro fixe à son ancien propriétaire. Pour les numéros mobiles, le Médiateur constate des modalités diverses selon que l'opérateur est attributaire ou non du numéro.



LOI, MÉDIATION, JURISPRUDENCE AU SERVICE DES CONSOMMATEURS

Cette dernière recommandation illustre leur relation et leur convergence pour assurer la protection des consommateurs. Elle met en lumière le rôle notable de la médiation dans ce dispositif.



LE LÉGISLATEUR

L'article L. 121-84 du code de la consommation prescrit aux opérateurs d'informer leurs clients de tout projet de modification des conditions contractuelles. Le texte est clair : la communication doit être faite par écrit ou sur un support durable, au moins un mois avant l'entrée en vigueur de la modification et comporter l'indication que les clients peuvent résilier le contrat sans pénalité et sans droit à dédommagement, jusque dans un délai de quatre mois après son entrée en vigueur.



LE JUGE

Le juge a validé la préconisation du Médiateur. Dans un arrêt du 2 juillet 2014, la Cour de cassation a considéré que, sauf à contraindre le client à se livrer à des recherches sur son interface de gestion, allant au-delà de la seule lecture des courriers de l'opérateur, l'information de la modification annoncée ne lui était pas opposable.



LE MÉDIATEUR

Observateur privilégié de la récurrence de difficultés et statuant en droit et en équité, de manière gratuite et impartiale, le Médiateur a réitéré en 2013 sa recommandation visant à la clarté et à l'exhaustivité des informations imposées par la loi aux opérateurs. À la suite d'un avis rendu en avril 2014, il a, au cours du premier semestre 2014, invité les opérateurs dans le cadre des obligations édictées par l'article L. 121-84 du code de la consommation, à donner une information plus complète en faisant figurer dans le corps même du message adressé à leurs clients, tant les modifications contractuelles plus favorables, que celles susceptibles de l'être moins.

FICHES PRATIQUES

Les consommateurs ne sont pas toujours au fait de leurs droits et obligations.
Quelques informations en lien avec des sujets de réclamations régulièrement adressés au Médiateur.

ZOOM SUR...

LA COUVERTURE DU RESEAU MOBILE :

Les interrogations des clients sur les débits fournis par leur opérateur

La multiplication des terminaux connectés (mobiles, objets connectés, etc) génère une forte attente des clients à l'égard de la couverture du réseau et de la qualité des débits attendus en 3G et 4G.

À ce jour, pour mesurer les taux de couverture en 2G du territoire et de la population, les opérateurs mobiles s'appuient, pour l'essentiel, sur la définition de l'ARCEP afin d'établir les cartes de couverture qu'ils communiquent au public.

Cette définition précise qu'une portion de territoire est considérée couverte par un service mobile, s'il est possible d'y passer un appel téléphonique avec un taux de réussite de 95% et de le maintenir une minute : ceci étant valable à l'extérieur d'un bâtiment, en position statique et avec un terminal classique. Ainsi, un opérateur ne peut être tenu responsable de difficultés de connexion liées à la structure particulière de certaines habitations, la propagation des ondes pouvant être entravée par des matériaux de construction ou des aménagements intérieurs.



LA LIVRAISON D'UN MOBILE

LES VÉRIFICATIONS QUI S'IMPOSENT :

pour une commande de mobile à distance, avec livraison prévue à domicile ou, le cas échéant, en point relais.

En cas de non réception du téléphone commandé

Le client peut demander à l'opérateur le remboursement de la somme payée lors de la commande, si le gestionnaire du point relais atteste avoir déjà remis le colis à une tierce personne, que celle-ci ait présenté ou non une pièce d'identité. En effet, même si l'opérateur affirme être totalement dépendant des informations fournies par le transporteur pour confirmer la remise du colis au gestionnaire du point relais ou à une tierce personne, sur présentation de sa carte d'identité, il doit cependant justifier le fait qui a produit l'extinction de cette obligation.

De manière pratique et étant souligné que ces indications ne sont nullement exhaustives, il incombe à l'opérateur de vérifier la signature apposée lors de la remise du colis au point relais, ou encore avec celle figurant sur la déclaration sur l'honneur que le client, en joignant sa pièce d'identité, a établie pour attester ne pas avoir reçu le colis commandé et payé.

En cas de commande incomplète ou de détérioration constatée

Le client peut demander à l'opérateur d'être remboursé du prix payé ou de recevoir un produit conforme, lorsqu'il constate à l'ouverture du colis livré que celui-ci est incomplet ou contient des éléments détériorés.
Or ce recours risque de ne pas aboutir si le client signe le bordereau de livraison sans émettre de réserve, oubliant que les conditions générales de vente l'invitent à vérifier le produit et à émettre des réserves s'il n'est pas conforme au produit commandé. Ces réserves permettent en effet à l'opérateur d'exercer un recours contre le transporteur et sont essentielles pour prouver la bonne foi du client.

Le Médiateur souligne à l'attention des clients qu'il leur incombe de vérifier le contenu de tout colis avant de signer le bordereau de livraison.

POUR UNE MEILLEURE INFORMATION DES CLIENTS SUR LES MICRO-PAIEMENTS



INTERVIEW

Trois questions à
Patricia Foucher,

Chef du service juridique, économique et de la documentation de l'Institut National de la Consommation (INC).

[illegible]

Les clients ont accès à des services dématérialisés, en constante augmentation, qu'ils peuvent acquérir par le biais des micro-paiements. En effet, SMS+, Internet+ et toutes les plateformes d'achat d'applications et de contenus en ligne permettent d'acheter, de manière ponctuelle, des services proposés par des éditeurs (applications, téléchargement de lettres types…) ou sous forme d'abonnement (vidéo à la demande…), sans avoir à communiquer à chaque transaction ses coordonnées bancaires. Faciles d'utilisation, ces services sont loin d'être maîtrisés par tous les clients, pas toujours conscients de s'être engagés dans une transaction payante, surtout s'il s'agit d'achats effectués par des enfants utilisant les appareils des parents pour leurs jeux préférés. Les clients qui voient augmenter leur facture de téléphonie ou de fourniture d'accès à Internet, pensent qu'ils sont victimes de fraude. Cette augmentation, considérée comme anormale, peut générer un litige avec l'opérateur, l'éditeur de service n'étant pas l'interlocuteur naturel des clients.

[illegible]

Tous les acteurs peuvent encore contribuer à une diminution des litiges sur ces questions de micro-paiement : meilleure transparence des tarifs, plus grande lisibilité des conditions générales de vente, mise en œuvre de seuils de blocage des paiements, activation exprès par le client de l'option d'achat par Internet+, meilleure sécurisation des achats (mot de passe), lisibilité des factures, etc.

[illegible]

Il s'avère nécessaire de renforcer l'information des clients sur leurs droits en tant qu'acheteurs à distance (informations précontractuelles sur les tarifs pratiqués, existence ou non d'un abonnement, acceptation de l'obligation de paiement en cas d'acceptation d'un achat par Internet, …). Il faut par ailleurs mettre en œuvre une « pédagogie du micro-paiement ». Certes, les opérateurs s'y emploient, de même que l'association des éditeurs, mais la participation de tous, dont celle de l'Institut National de la Consommation est nécessaire.

Les clients devraient être mieux sensibilisés et mieux informés sur :

- les différents systèmes de micro-paiement et leurs processus d'utilisation ;
- les conditions générales et particulières de services de leur opérateur sur ces sujets ;
- les possibilités d'activation ou non d'options de paiement ;
- les mesures de sécurité à mettre en œuvre, notamment en cas d'utilisation par des enfants ou par des tiers (code secret, sécurisation de la connexion, …) ;
- le filtrage des numéros d'appels entrants et sortants (tels les très onéreux 08 99) ;
- les recours, en particulier la possibilité de contacter le service d'assistance de l'éditeur du service, afin d'obtenir des explications sur le service rendu, à la condition qu'ils puissent avoir connaissance de cet éditeur via la facture.

ITINERANCE, EUROTARIF ET ROAMING 3

L'information en itinérance pour maîtriser ses dépenses

Des mécanismes de sauvegarde existent pour les clients utilisant leur téléphone mobile en itinérance, au cours de leurs déplacements : ils sont soumis à l'Eurotarif, tarif régulé, encadré sous la forme de plafonds tarifaires.

Ces plafonds ont été fixés dans trois règlements européens successifs.

Le dernier règlement européen sur l'itinérance, dit « Roaming 3 », en date du 13 juin 2012, est entré en vigueur le 1er juillet 2012. Il étend au reste du monde les dispositions antérieures des règlements « Roaming 1 » et « Roaming 2 » qui ne s'appliquaient que dans l'Espace économique européen.

Ce tarif s'applique à la facturation des communications vocales passées et reçues, à celle des envois de SMS, étant précisé que la réception de SMS en itinérance est gratuite, ainsi qu'à celle de la connexion à l'Internet mobile avec des services de données. Le Médiateur appelle les clients à être vigilants, notamment en matière de services de données en itinérance (data).

Ce qu'il faut savoir :

- Le dispositif de ce règlement prévoit l'obligation pour l'opérateur d'instaurer un plafond financier par défaut, inférieur ou égal à 50 € HT, de dépenses de consommations data, par mois de facturation. Il prévoit aussi la possibilité pour l'opérateur, de proposer d'autres plafonds financiers ou en volume, dont le client peut convenir.
- Le règlement fait également obligation à l'opérateur, dans un premier temps, d'envoyer sur l'appareil mobile de son client en itinérance, de manière appropriée, par SMS, courriel ou fenêtre contextuelle, une notification « lorsque la consommation des services d'itinérance a atteint 80% du plafond par défaut ou convenu ». Dans un second temps, « lorsque le plafond est près d'être dépassé », l'opérateur doit renouveler cette notification.

RÈGLEMENT EUROPÉEN SUR L'ITINÉRANCE DIT « ROAMING 3 »

Il s'agit du mode de tarification appliqué lors de l'utilisation du téléphone mobile en itinérance, hors du territoire national.

À noter :

La possibilité donnée au client de demander à son opérateur de ne plus recevoir de notification automatique à l'atteinte de 80% du plafond ne saurait le priver de l'information que doit à nouveau lui notifier l'opérateur lorsque le plafond est près d'être dépassé.

En effet, c'est précisément dans cette dernière situation que l'opérateur doit faire part au client de la procédure à suivre, si celui-ci entend continuer à bénéficier de ces services de données, en lui indiquant alors le coût de chaque unité supplémentaire consommée.

Il appartient au client, à ce moment-là, de faire connaître s'il veut que le plafond soit levé. Sans réaction du client, l'opérateur doit cesser de fournir les services de données en itinérance et donc de les facturer.

L'AGENDA DU MÉDIATEUR

Lors d'une réunion au Club des Médiateurs



M.L. Desgrange M.L. Augry G. Patel
P. Segura E. Constans P. Labbé

Participation et contribution aux instances de médiation

- présence du Médiateur aux réunions mensuelles du Club des Médiateurs de services au public ;
- présence du Médiateur et de son équipe aux colloques organisés
  - par le Club des Médiateurs : *« La pratique de l'équité en médiation »*
  - par l'Université Panthéon-Sorbonne : *« L'impact de la révolution numérique sur le droit »,*
  - par l'Université d'Angers : *« La médiation, quels enjeux pour le consommateur et le citoyen ? »*
  - Par l'Association Nationale de la Médiation : *« Médiation : la confiance ne se décrète pas, elle se gagne ».*

Relations avec les autorités publiques et représentatives

- présentation de la médiation des communications électroniques au groupe de travail constitué sous l'égide de la DGCCRF et présidé par M. Emmanuel Constans, en vue de la transposition de la directive ADR du 5 février 2013 ;
- rencontre avec le secrétaire général de la Commission Supérieure du Service public des Postes et Communications Electroniques ;
- participation au comité consommateurs de l'ARCEP et échanges réguliers sur les pratiques du secteur ;
- participation au comité Mode de résolution Amiable des Litiges (MARL) du MEDEF ;
- rencontres avec des associations de consommateurs : Association Française des Utilisateurs des Télécommunications (AFUTT) et Association Familiale Catholiques (AFC).

Actions de formation

- intervention à la journée de formation annuelle de l'AFC ;
- formations dispensées dans les Centres Techniques Régionaux de la Consommation (régions Ile-de-France, PACA et Midi Pyrénées) ;
- présentation à l'Institut de la Gestion Publique et du Développement Économique (IGPDE) de la médiation des communications électroniques, dans le module « Les fondamentaux de la médiation ».

L'ACTUALITÉ ET LES PERSPECTIVES DE LA MÉDIATION

LA GÉNÉRALISATION DE LA MÉDIATION, UN BÉNÉFICE MAJEUR POUR LE CONSOMMATEUR

La Directive 2013/11/UE du 21 mai 2013 relative au Règlement Extrajudiciaire des Litiges de Consommation (RELC) sera transposée au plus tard le 9 juillet 2015. Elle met en place la généralisation de ce règlement à tous les secteurs professionnels, pour tous les pays de l'Union Européenne (UE). Il s'agit de régler des litiges nationaux et transfrontaliers concernant les obligations contractuelles, découlant de contrats de vente ou de service conclus entre un professionnel et un consommateur résident dans un pays de l'UE.
Elle prescrit la mise en place de dispositifs de médiation et le respect par ces dispositifs de critères de qualité afférant tant à la personne des Médiateurs, qu'au processus de médiation : exigence de compétence, d'impartialité, de transparence et d'indépendance.

Cette Directive prévoit :

- la désignation à l'issue d'une procédure transparente, par un organe collégial, des Médiateurs d'entreprises, composé d'un nombre égal de représentants des associations de consommateurs et de représentants du professionnel ;
- l'obligation pour tout Médiateur de disposer d'un « budget distinct et spécifique » pour s'acquitter de sa mission, distinct du budget général du professionnel.

Elle crée des autorités d'évaluation désignées par chaque État, chargées d'apprécier la conformité des entités de médiation aux exigences de la Directive.

PREMIÈRES ACTIONS ENGAGÉES PAR L'AMCE DANS LE CADRE DE LA GÉNÉRALISATION DE LA MÉDIATION

En 2013, lors de la célébration de ses 10 ans d'existence, a été affirmée, dans le cadre de la généralisation en France de la médiation, la volonté de l'AMCE de développer des synergies avec d'autres systèmes de médiation et d'apporter par son expérience, une aide aux secteurs qui devront, dans un délai très court, être pourvus d'un système de médiation.

Parallèlement aux échanges entamés avec d'autres médiations visant à définir un protocole d'échange et à l'accompagnement de secteurs non pourvus, notamment par la présentation de ses modalités de fonctionnement, l'AMCE a entamé une réflexion visant à élargir son périmètre d'action. Des rencontres avec des Editeurs de Contenus de Services ont mis à jour le besoin de ces éditeurs de disposer d'un Médiateur. Un vaste chantier a été dès lors entamé, en vue de l'adhésion possible à l'AMCE des éditeurs de contenus de services.

Divers points restent à définir, notamment le parcours du consommateur qui doit préalablement être envisagé entre les éditeurs, les opérateurs membres et l'AMCE, avant l'élargissement du périmètre actuel exclusivement dédié aux litiges entre consommateurs et opérateurs de communications électroniques.

QUELQUES DATES CLÉS SUR LE SYSTÈME DE MÉDIATION

2008
Directive européenne du 21 mai 2008 facilitant l'accès à des procédures alternatives de résolution des litiges et encourageant le recours à la médiation en matière civile et commerciale.

2010
Création de la commission de la Médiation de la consommation (CMC).

2011
Ordonnance du 24 août 2011 (article L121-84-9 code consommation) relative aux communications électroniques rendant obligatoire un possible recours à un Médiateur.

2014
Transposition en droit français de la Directive 2013/11/UE du 21 mai 2013 relative au Règlement Extrajudiciaire des Litiges de Consommation (RELC) au plus tard le 9 juillet 2015.



INTERVIEW

Le point de vue de
Emmanuel Constans,

Président du Club des Médiateurs de services au public, Médiateur des ministères économiques et financiers de la Consommation.

À l'heure de la généralisation de la médiation à tous les secteurs de la consommation, dans le cadre de la transposition de la Directive du 21 mai 2013, pour laquelle j'ai présidé le groupe de travail mis en place par la DGCCRF, qui a entendu les représentants des secteurs concernés, je souligne que la médiation des communications électroniques, forte de son succès, joue pleinement son rôle au cœur du dispositif français de médiation.

La généralisation d'une médiation indépendante dans chaque État membre de l'UE et à tous les secteurs de la consommation constitue une garantie nouvelle pour les consommateurs et un nouveau progrès dans la politique de qualité des entreprises. Cela contribuera encore davantage à ce que la médiation devienne un mode alternatif de résolution des litiges reconnu et amplement utilisé.

Le Club des Médiateurs de services au public comprend 22 membres, chacun en charge d'assurer dans des secteurs très divers, une médiation impartiale et indépendante, traitant en dernier recours amiable des litiges des usagers ou clients avec une grande entreprise, une administration, ou un secteur professionnel.
Il s'agit notamment du transport, de l'énergie, de l'habitat, de la banque, des communications électroniques, de l'assurance, de l'enseignement supérieur, de la fiscalité, du tourisme, de la mutualité sociale agricole, du logement, des programmes de télévision…
Le Club a élaboré une charte qui constitue le socle de référence éthique de la pratique de la médiation pour ses membres ; le Médiateur se prononce en droit et en équité, il le fait rapidement et c'est gratuit pour le consommateur.

La médiation des communications électroniques, dont Marie Louise Desgrange est en charge, est exemplaire à bien des égards. Elle répond à de réels besoins des consommateurs, exprimés avec force depuis longtemps. Son rapport annuel témoigne, en toute transparence, des progrès du secteur quant à la qualité de service garantie aux clients. Par ailleurs, au-delà des avis rendus dans les litiges individuels, le Médiateur formule chaque année, des propositions concrètes pour améliorer les relations entre les opérateurs et leurs clients.

Le Club qui dispose d'un site internet http://clubdesmediateurs.fr, gère un programme de formation sur « les fondamentaux de la médiation », ouvert à tout Médiateur et ses services, et organise des colloques, tel en octobre 2014 un colloque consacré à l'équité.

LA FICHE D'IDENTITÉ

2003, [illegible] (AMCE). 201[illegible]

B&YOU Blanche

CIC Mobile Cofidis mobile coriolis telecom Crédi

LA POSTE MOBILE

simyo

DATES CLÉS DE L'AMCE

2003

Création de l'Association Médiation de la Téléphonie (AMET) devenue en 2008 avec l'arrivée de l'Internet Association Médiation des Communications Électroniques (AMCE). Création à l'initiative de Bouygues Telecom, Cegetel, France Telecom / Orange, SFR et Télé2.

2007

Arrivée des MVNO (Mobile Virtual Network Operator) Carrefour Mobile et Debitel et ouverture du dispositif aux clients des FAI.

2008

Saisine en ligne via le site du Médiateur.

2009

Adhé[illegible]on de Numericable, FREE, Orange Réun[illegible]n, Orange Caraïbes, SFR Réunion (SRR[illegible]et NRJ Mobile.

2011

Adhé[illegible]ion de la Poste Mobile et Prixtel ; ouver[illegible]ure du dispositif aux clients de B&You, Sosh[illegible]et RED par SFR.

2012

- évo[illegible]lution de la charte de médiation suite au[illegible] référ[illegible]rencement auprès de la Commissio[illegible] la [illegible]Médiation de la Consommatio[illegible] et [illegible]au passage à un délai d[illegible] pour rendre un avis ;
- ou[illegible]verture du disp[illegible] FR[illegible]E Mobile ;
- ad[illegible]
- NR[illegible] les[illegible] M[illegible] et [illegible]

2013

- adhésion de OMEA Téléco[illegible] mobile) et de Voxbone, La [illegible] Telecom disparaît au p[illegible]
- mise en place d'une[illegible] au respect du [illegible] Cette charte [illegible] et d'éch[illegible] l'AM[illegible]
- [illegible]



Blandine Boudier — Henri Dolivier **Délégué Général** — Arnaud Flour — Fanny Claudon

Sébastien Lantier — Alix Maljean — Marie Louise Desgrange **Médiateur** — Jennifer Justier-Delaplace

L'ÉQUIPE DE MÉDIATION

Nommée pour un mandat de 3 ans renouvelable une fois, Marie-Louise Desgrange a été désignée en 2013 par les fournisseurs de services de communications électroniques adhérents de l'AMCE, après consultation de la DGCCRF[1], des associations de consommateurs et de l'ARCEP[2].

Une équipe composée d'un Délégué Général, de juristes et d'assistantes, travaille avec le Médiateur au quotidien.

1 - Direction Générale de la Consommation, de la Concurrence et de la Répression des Fraudes.
2 - Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes.

LA CHARTE DE MÉDIATION

[illegible]

PRÉAMBULE

CHAPITRE I - LE MÉDIATEUR

Article 1 - Désignation
Article 2 - Compétences et efficacité
Article 3 - Indépendance et impartialité
Article 4 - Confidentialité

CHAPITRE II - DOMAINE D'APPLICATION DE LA MÉDIATION

Article 5 - Contrat souscrit par un client/consommateur

CHAPITRE III - FONCTIONNEMENT DE LA MÉDIATION

Article 6 - Saisine préalable du fournisseur de services de communications électroniques
Article 7 - Procédure de saisine
Article 8 - Recours éventuel à un expert
Article 9 - Avis rendu par le Médiateur

CHAPITRE IV - EFFETS ET FIN DE LA MÉDIATION

Article 10 - Prescription
Article 11 - Action en justice
Article 12 - Caractère confidentiel de l'avis

CHAPITRE V - SUIVI DE LA MÉDIATION

Article 13 - Commission de suivi de la médiation
Article 14 - Rapport annuel du Médiateur
Article 15 - Suivi des recommandations du Médiateur

CHAPITRE VI - PORTÉE DE LA CHARTE

Article 16 - Engagements des parties à la médiation

PRÉAMBULE

Les fournisseurs de services de communications électroniques (opérateurs et sociétés de commercialisation de services), signataires de la présente charte, disposent de structures internes de traitement des réclamations auxquelles leurs clients/consommateurs (ci-après désignés client) doivent s'adresser en cas de différend. Toutefois, lorsqu'ils persistent, les différends pourront faire l'objet d'une médiation facultative et gratuite. À cet effet, les fournisseurs de services de communications électroniques (ci-après désignés fournisseurs), réunis au sein d'une association loi 1901 dénommée « Association Médiation Communications Électroniques », ont désigné un Médiateur, ayant une indépendance et une autorité reconnues, afin qu'il donne son avis sur ces litiges.
La médiation obéit aux règles ci-après décrites.

CHAPITRE I

LE MÉDIATEUR

Article 1 - Désignation

Le Médiateur est désigné, après consultation de la DGCCRF, des associations de consommateurs[1] et de l'ARCEP, par les fournisseurs de services de communications électroniques signataires de la présente charte, pour une durée de trois ans renouvelable une fois. Il est irrévocable pour la durée de son mandat, sauf pour des motifs légitimes.

Article 2 – Compétences et efficacité

Le Médiateur est désigné pour ses qualités humaines et ses compétences notamment juridiques afin de pouvoir rendre des avis en droit comme en équité. Il s'engage à actualiser régulièrement ses connaissances.

Article 3 – Indépendance et impartialité

3.1 - Le Médiateur ne doit jamais avoir été lié à un fournisseur de services de communications électroniques par un contrat de travail, ni détenir des actions de l'un des fournisseurs de services de communications électroniques, ni être intervenu comme consultant pour un des fournisseurs de services de communications électroniques, ni avoir de liens avec une association de consommateurs.
3.2 - Le Médiateur exerce sa mission en toute indépendance et ne reçoit aucune directive de qui que ce soit.

Article 4 - Confidentialité

Le Médiateur est soumis à une obligation de confidentialité.
4.1 - Le nom des parties, le contenu du dossier et les faits dont il a eu connaissance dans l'exercice de sa mission demeurent confidentiels.
4.2 - Aucun des avis qu'il est amené à rendre ne peut être porté à la connaissance de tiers au différend en cause, sauf dans les conditions particulières du rapport annuel, telles que spécifiées au Chapitre V.

CHAPITRE II

DOMAINE D'APPLICATION DE LA MÉDIATION

Article 5 - Contrat souscrit par un client/consommateur

La médiation s'applique à tous les litiges commerciaux opposant un fournisseur de services de communications électroniques, signataire de la présente charte, à l'un de ses clients/consommateurs, à l'exclusion des litiges portant sur le contenu éditorial des services fournis.
L'on entend par client/consommateur toute personne physique intervenant en dehors de son activité professionnelle.

CHAPITRE III

FONCTIONNEMENT DE LA MÉDIATION

Article 6 - Saisine préalable du fournisseur de services de communications électroniques

6.1 - Chaque fournisseur de services de communications électroniques informe ses clients des modalités de recours internes que les clients doivent observer avant de saisir le Médiateur.
6.2 - Chaque fournisseur communique, notamment sur son site internet, les coordonnées des recours internes (service clients et service consommateurs) ainsi que celles du Médiateur.
6.3 - Lorsque, après épuisement des procédures internes du fournisseur de services de communications électroniques, le différend opposant le client et son fournisseur n'a pas pu être résolu à l'amiable par les deux parties, le fournisseur indique au client, dans la réponse négative du dernier niveau de recours interne, le nom et l'adresse du Médiateur ainsi que les modalités de sa saisine.
6.4 - Si le client n'a pas obtenu de réponse de la part du service consommateurs de son fournisseur malgré une saisine de plus d'un mois ou de la part du service clients malgré une saisine datant de plus de deux mois, le client peut alors saisir directement le Médiateur.
6.5 - Le Médiateur décide de la recevabilité des différends qui lui sont soumis.
6.6 - En cas de saisine prématurée, le Médiateur réoriente le client ou son représentant vers le bon niveau préalable de recours interne du fournisseur, par courriel ou par courrier.

Article 7 - Procédure de saisine

7.1 - Le client ou l'association de consommateurs chargée de représenter ses intérêts ou le fournisseur de services de communications électroniques saisit le Médiateur notamment en complétant le formulaire mis à sa disposition sur le site du Médiateur www.mediateurtelecom.fr ou fourni par le service consommateurs de l'opérateur, sur simple demande. Cette saisine est accompagnée d'une copie des documents étayant la demande.

1- Au sens de la présente charte, le terme « associations de consommateurs » comprend toutes les associations de consommateurs agréées et les associations d'utilisateurs telles que l'AFUTT : Association Française des Utilisateurs de Télécommunications.

Article 7 - Procédure de saisine

7.1 - Le client ou l'association de consommateurs chargée de représenter ses intérêts ou le fournisseur de services de communications électroniques saisit le Médiateur notamment en complétant le formulaire mis à sa disposition sur le site du Médiateur www.mediateurtelecom.fr ou fourni par le service consommateurs de l'opérateur, sur simple demande. Cette saisine est accompagnée d'une copie des documents étayant la demande.
7.2 - Le Médiateur accuse réception de ce dossier et demande à l'autre partie de lui transmettre les éléments en sa possession et de lui exposer sa position dans le délai d'un mois.
À défaut de réponse dans le délai indiqué, le Médiateur commence à instruire le dossier sur la seule base des éléments en sa possession.
7.3 - Les échanges entre le Médiateur et les parties se font par écrit sauf si le Médiateur souhaite entendre personnellement les deux parties.

Article 8 – Recours éventuel à un expert

Si la complexité de l'affaire le rend nécessaire, le Médiateur peut faire appel à un expert indépendant qu'il choisit librement en tenant compte de ses compétences techniques dans le domaine des communications électroniques.

Article 9 - Avis rendu par le Médiateur

9.1 - Lorsque l'instruction du dossier est terminée dans un délai maximum de deux mois à compter de la date de recevabilité de la saisine, le Médiateur rend un avis en droit qu'il peut compléter par des considérations tirées de l'équité. Ce délai de deux mois peut être prolongé pour des cas complexes demandant plus d'analyse ou une étude complémentaire.
9.2 - Un exemplaire de l'avis est adressé au client et à l'association de consommateurs qui le représente, et un autre exemplaire au fournisseur de services de communications électroniques.
9.3 - Chaque partie à la médiation est libre de suivre ou de ne pas suivre l'avis rendu par le Médiateur, à charge d'en informer par écrit l'autre partie ainsi que le Médiateur et ce, dans le délai d'un mois.

CHAPITRE IV

EFFETS ET FIN DE LA MÉDIATION

Article 10 - Prescription

La saisine du Médiateur suspend la prescription des droits que le fournisseur de services de communications électroniques et le client peuvent s'opposer et ce, tant que le Médiateur n'a pas rendu son avis.

Article 11 - Action en justice

11.1 - Le Médiateur ne peut pas être saisi si une action en justice a été engagée par le fournisseur de services de communications électroniques ou le client, sauf si les deux parties y consentent expressément.
11.2 - Sauf convention contraire, toute action en justice introduite par l'une des parties à la médiation contre l'autre partie met fin à la médiation.
La partie la plus diligente en informe le Médiateur qui met alors fin à sa mission.

Article 12 – Caractère confidentiel de l'avis

L'avis du Médiateur est confidentiel : sauf accord entre elles, les parties ne peuvent pas le diffuser, y compris dans le cadre d'une instance judiciaire.

CHAPITRE V

SUIVI DE LA MÉDIATION

Article 13 - Commission de suivi de la médiation

Une commission de suivi de la médiation se réunit tous les ans, ou sur demande du Médiateur, et reçoit le Médiateur afin de favoriser un dialogue entre l'État, les associations de consommateurs et les fournisseurs de services de communications électroniques, signataires de la présente charte et afin de favoriser leur bonne information mutuelle.

Article 14 - Rapport annuel du Médiateur

14.1 - Chaque année, le Médiateur rédige un rapport sur son activité qui comprend notamment le nombre de saisines du Médiateur et leur sort, le nombre d'avis rendus, les types de litige, leur fréquence ainsi que le pourcentage d'avis suivis par les fournisseurs de services de communications électroniques. Ce rapport distingue les dossiers du Médiateur par catégories telles que : « Téléphonie fixe », « Téléphonie mobile » et « Internet ».
14.2 - Le Médiateur formule des recommandations d'amélioration afin de prévenir le renouvellement de certains litiges répétitifs ou significatifs et contribuer à améliorer la qualité de service du secteur des communications électroniques.

14.3 - Ce rapport est adressé par le Médiateur à la DGCCRF, aux associations de consommateurs, à l'ARCEP, à la Commission de la Médiation de la Consommation (CMC), ainsi qu'aux fournisseurs de services de communications électroniques, signataires de la présente charte et à toute autre instance ou autorité publique que l'Association Médiation Communications Électroniques lui aura préalablement indiquée.

14.4 - À l'exception du pourcentage d'avis suivis par les fournisseurs de services de communications électroniques, le rapport ne contient aucun nom des parties à la médiation ni aucun élément permettant d'identifier l'une de ces parties.

Article 15 - Suivi des recommandations du Médiateur

Le Médiateur suit la mise en œuvre de ses recommandations par les fournisseurs de service de communications électroniques.

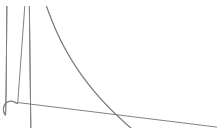
CHAPITRE VI

PORTÉE DE LA CHARTE

Article 16 – Engagement des parties à la médiation

Tout client et tout fournisseur de services de communications électroniques ayant recours au Médiateur désigné conformément à la présente charte, s'engagent à respecter celle-ci en toutes ses dispositions.

Le Médiateur
des communications éle



www.mediateur-telecom.fr

Avril 2015 – Édition : Opinion Valley – Création : Petit a – Crédits photos : Thomas Bartel