Défense des consommateurs
leo lagrange

ConsommActeur

Bulletin de Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs

N°Spécial Médiation

Spécial Médiation



La médiation : un système plébiscité

Depuis sa création à la fin des années 1970, l'ALLDC considère qu'en matière de consommation, un mauvais accord vaut mieux qu'un bon procès. Elle place alors la médiation au cœur de son action au service des consommateurs, alors que d'autres font le choix de la judiciarisation.

Elle participe aux Commissions de règlement des litiges de la consommation (CRLC) puis, dès 1995, elle devient le représentant consommateur de la commission paritaire de médiation de la Vente Directe, dont elle est restée membre jusqu'à ce jour. Elle siège aujourd'hui également à la commission de médiation de l'Office National de Garantie des séjours et des stages linguistiques, et à la commission médiation franchise consommateurs.
Elle a participé aux groupes de travail du CNC en 2004 et 2007 chargé d'une mission de définition de critères communs et nomment la rapidité, la gratuité, la confidentialité, l'indépendance, l'équité, la compétence, la liberté d'accès à la médiation pour le consommateur.

Aujourd'hui de nombreux progrès ont été accomplis dans certains secteurs professionnels, mais la qualité des avis et des systèmes existants est très variable. De plus, dans certains secteurs rien n'a été prévu. Aussi, nous accueillons avec satisfaction la directive du 21 mai 2013 qui devra être transposée en droit français dans les mois qui viennent et qui impose la médiation à tous les secteurs de la consommation.

La médiation étant une fois encore au centre des débats, l'ALLDC a souhaité lui consacrer un numéro spécial dans sa lettre mensuelle Consomm*A*cteur. Et pour l'occasion, elle cède en partie la plume à d'autres acteurs qui vous livrent leur vision d'un mode alternatif de résolution des litiges de la consommation. Un grand merci à chacun d'eux et bonne lecture à tous !

Ludivine COLY-DUFOURT
Directrice de l'ALLDC

Défense des consommateurs
leo lagrange





Le rôle central de la médiation consommation

La médiation est sans doute le mode de règlement des litiges entre professionnels et consommateurs le plus adapté aux attentes des consommateurs, comme en témoigne son succès grandissant.

C'est un mode de règlement simple, gratuit, consensuel et rapide.

C'est un mode de règlement simple à mettre en œuvre consistant à saisir une tierce personne, appelée le médiateur, à laquelle le consommateur adresse une réclamation exposant entre autres que le produit, le matériel ou le service commandé n'a pas été livré ou fourni ou que le produit, le matériel ou le service qui a été livré ou fourni n'est pas conforme à la commande et est éventuellement défectueux.

Le médiateur saisi informe le professionnel concerné auquel il est demandé d'exposer ses arguments en réponse à la demande du consommateur.

C'est un mode de règlement gratuit, lorsque le médiateur est un médiateur d'entreprise ou le médiateur d'une fédération professionnelle, alors que le recours à d'autres médiateurs et surtout au juge expose à des frais et éventuellement, au paiement d'honoraires à un avocat.

C'est un mode de règlement consensuel, ce qui veut dire que le médiateur explique au consommateur et au professionnel leurs droits et leurs obligations pour faciliter la compréhension du litige et les amener, avec son aide, par le dialogue à s'entendre pour apporter une solution adaptée au litige préservant les droits de chacun.

Enfin, c'est un mode de règlement rapide qui permet aux consommateurs d'obtenir la résolution du litige dans un délai de deux mois environ après la saisine du médiateur et, si la demande est satisfaite, d'obtenir, selon les cas, le remboursement réclamé, la livraison du produit ou du matériel, la fourniture du service conforme à la commande ou encore le remplacement du produit, du matériel ou du service défectueux.

Le reproche généralement fait au médiateur de ne pas être totalement indépendant, parce qu'il a été mis en place par une entreprise ou une fédération professionnelle n'a plus lieu d'être pour deux raisons.

Les médiateurs des fédérations professionnelles, qui sont constitués sous la forme d'organismes collégiaux et paritaires, appelés commissions de médiation, comprenant deux représentants des professionnels et deux représentants des associations de consommateurs et une personne qualifiée, ont toujours offert toutes les garanties d'indépendance et d'impartialité.

Les médiateurs d'entreprise, qui sont des personnes physiques directement rattachées à la direction générale de l'entreprise et responsables d'un service de médiation disposant d'un personnel affecté exclusivement au règlement des litiges, de locaux propres et d'un budget distinct, offrent également des garanties d'indépendance et d'impartialité que de nouvelles règles communautaires vont encore renforcées.

En conclusion, la médiation, qui est appelée à devenir un mode de règlement général de tous les litiges de consommation, traduit une approche, qui n'est plus conflictuelle mais consensuelle, de la résolution des litiges de consommation.

Jean-Pierre Pizzio
Président de la CPMVD

La France pionnière en matière de médiation : de l'Europe viendra sa généralisation à tous les secteurs de la consommation !

La directive du Parlement et du Conseil européens relative au règlement extrajudiciaire des litiges de la consommation et le règlement en ligne des litiges de la consommation ont été adoptés le 21 mai 2013 et publiés au journal officiel de l'Union Européenne le 18 juin 2013.

La directive a pour objectif la mise en place de dispositifs de médiation dans tous les secteurs professionnels, le respect par ces dispositifs de critères de qualité, et la création d'autorités d'évaluation chargées d'apprécier la conformité

Association Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs - 150, rue des poissonniers, 75883 Paris cedex 18
tél. 01 53 09 00 29 fax. 01 56 55 51 82 leolagrange-conso.org

Défense des consommateurs
leo lagrange





des dispositifs de médiation aux exigences de la directive.

Compte tenu la diversité du paysage français de la médiation, la Directrice Générale de la DGCCRF, a mis en place en septembre 2013, un groupe de travail présidé par M. Emmanuel Constans, médiateur des ministères économiques et financiers, et composé de médiateurs, de représentants des fédérations professionnelles, de représentants d'associations de consommateurs, et d'un représentant de la chancellerie, dont l'objet est d'une part de dresser un état des lieux de la médiation en France et de sensibiliser les secteurs professionnels concernés et d'autre part, de dégager des orientations possibles au regard des exigences de la directive.

A l'issue de ses travaux, le président a remis son rapport à la Ministre. Le groupe de travail a émis 13 recommandations relatives à la généralisation de la médiation à tous les secteurs de la consommation, aux conditions d'accès et à la gratuité de la médiation, et à la mise en place d'autorités chargées de l'évaluation des médiateurs.

La directive européenne du 21 mai 2013 doit être transposée au plus tard le 9 juillet 2015. Dans cette perspective, la DGCCRF organisera une réunion de concertation en septembre 2014. Carole Delga, Secrétaire d'Etat, chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, présentera à cette occasion les orientations qu'elle retient s'agissant de la généralisation de la médiation en France dans le domaine de la consommation.

Le rapport est disponible en ligne
www.economie.gouv.fr/dgccrf/Recourir-a-la-mediation-ou-a-la-conciliation

Démarchage à domicile : 19 ans de médiation paritaire pour la CPMVD

Sous l'égide du Professeur Pizzio, Professeur Émérite en droit de la consommation et de la distribution à l'Université de Dijon, la commission paritaire de médiation de la vente directe (CPMVD) rassemble deux dirigeants de sociétés actives dans le secteur de la Vente Directe, et deux représentants d'associations de consommateurs agréées, dont l'association Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs.

Le paritarisme de la commission permet de garantir une étude des dossiers soumis à la Commission la plus objective possible, tout en bénéficiant de l'expertise technique de chacune des structures participantes. Cette expertise technique s'avère d'autant plus importante que le champ de compétence de la Commission ne se limite pas aux litiges survenus lors de la conclusion d'un contrat, mais englobe également les différends relatifs à leur exécution.

Ainsi, tout problème rencontré par un particulier à la suite d'un démarchage à domicile peut faire l'objet d'une saisine de la CPMVD, indépendamment de l'enjeu financier ou du type de produit concerné. A titre d'exemple, les dossiers traités en 2013 par la Commission concernaient des montants allant de 0 euro pour le plus faible à 40 000 euros pour le plus élevé, et des produits allant d'un ensemble de lingerie à des panneaux photovoltaïques.

A noter également que la procédure de médiation mise en œuvre par la CPMVD se caractérise par sa rapidité, sa gratuité, et son efficacité, puisque depuis 2005, le taux de résolution favorable des dossiers traités est toujours demeuré supérieur à 79%.

Alors en cas de problème, n'hésitez plus !

La saisine de la Commission est gratuite et peut être effectuée soit par mail, soit par courrier, aux coordonnées suivantes : CPMVD 100 Avenue du Président Kennedy 75016 PARIS info@fvd.fr.

Anne-Sophie Isler
Secrétariat Général de la CPMVD

Défense des consommateurs
leo lagrange





L'office national de garantie des séjours linguistiques

Créé il y a maintenant 17 ans, L'Office national de garantie des séjours et stages linguistiques a, dès son origine, mis en place une commission de médiation.

Si, bien entendu, l'objectif est que tout séjour linguistique se passe bien, et conformément aux engagements pris par les membres dans le cadre du contrat qualité qui a succédé au contrat « Approuvé », il n'en demeure pas moins que des litiges ou des réclamations peuvent surgir.

Dans un premier temps, l'Office s'efforce de faciliter un règlement amiable des litiges, mais, si tel n'est pas le cas, le plaignant a la possibilité de saisir la commission de médiation. Celle-ci est une commission indépendante du conseil d'administration de l'Office, et composée à parts égales de représentants des professionnels et de représentants d'associations de consommateurs et de fédérations de parents d'élèves ; l'ALLDC y siège depuis l'origine.

Les dossiers sont examinés par un représentant de chacun des deux « collèges » et soumis, avec un avis des rapporteurs, à la commission. Je crois, après plus de 15 ans d'existence de cette commission de médiation, que nous pouvons vraiment en tirer un bilan positif puisque, dans tous les cas, la commission est parvenue à prendre une décision unanime. Parfois, les débats ont été vifs, mais ils ont toujours permis de faire émerger une décision, prise au regard des engagements du contrat qualité, et parfois, de faire évoluer celui-ci.

Les décisions ont, dans la grande majorité des cas (67%), été favorables aux plaignants, et les organismes concernés ont toujours accepté la « sanction » éventuelle décidée par la commission ; la seule fois où cela ne fut pas le cas, la commission a demandé au conseil d'administration de l'Office de bien vouloir statuer sur la radiation du membre en question, ce qui fut fait.

Si, bien sûr, on ne peut assurer que cette commission a réglé ou pourrait régler absolument tous les problèmes, toutefois elle a indéniablement permis de défendre le consommateur et aussi d'instaurer un dialogue très constructif entre professionnels et associations sur des sujets parfois d'autant plus sensibles qu'ils concernent majoritairement des enfants ou des jeunes.

Jean-Marc Mignon
Secrétaire de la commission de médiation

La Médiation Franchise-Consommateurs (MFC)

Depuis maintenant trois ans, la Fédération Française de la Franchise (FFF) a mis en place une médiation paritaire et sectorielle : la Médiation Franchise-Consommateurs (MFC).

Rappelons brièvement que la franchise est un système de commercialisation de produits ou de services reposant sur une collaboration étroite entre entreprises juridiquement et financièrement indépendantes : **le franchiseur et le franchisé.** Le premier concède et autorise l'utilisation de sa marque, de son concept et de son savoir-faire au second qui bénéficie d'une assistance technique et commerciale (Quelques enseignes se développant en franchise : Speedy, Jeff de Bruges, Mercure, Midas, Quick, Era,…).

Qu'est-ce que la Médiation Franchise-Consommateurs ?

La Médiation Franchise-Consommateurs a pour mission, en cas de litige entre un consommateur d'une part, et un franchisé ou un franchiseur – adhérent ou non de la Fédération Française de la Franchise – d'autre part, d'aider les parties à trouver une solution amiable à leur différend.

Comment fonctionne la Médiation Franchise-Consommateurs ?

La Commission MFC est une instance de médiation sectorielle et paritaire**.** Elle est composée d'un président, de deux représentants d'associations de consommateurs

Défense des consommateurs
leo lagrange



d'un franchiseur et d'un franchisé titulaire (chacun ayant un suppléant) qui représentent les professionnels. La Commission dispose également d'un secrétariat ayant pour mission d'instruire les dossiers qu'elle reçoit.
Il y a donc trois grands acteurs représentés dans notre Commission : le consommateur, le franchiseur et le franchisé.
Cette composition garantit **l'impartialité** et **l'indépendance** de la Commission MFC.

La procédure à suivre pour saisir la Commission MFC :

Avant de saisir cette Commission, le consommateur doit se rapprocher du point de vente du magasin franchisé pour tenter de résoudre amiablement le litige.
Si aucune solution n'est trouvée, il doit envoyer une lettre recommandée avec accusé de réception au point de vente et en adresser copie au service client de l'enseigne (si celui-ci existe).
Afin de l'aider dans sa démarche, la Commission a mis en ligne, sur son site internet, une liste (non exhaustive) des réseaux de franchise recensés annuellement dans l'annuaire de la franchise (http://www.franchise-fff.com/base-documentaire/finish/214/1053.html).

Si dans un délai d'un mois, le consommateur n'est pas satisfait de la réponse apportée ou bien s'il ne reçoit aucune réponse, il a alors la possibilité de saisir la Médiation Franchise-Consommateurs via le formulaire de réclamation disponible sur le site de la FFF (http://www.franchise-fff.com/base-documentaire/finish/191/951.html). Il convient de rappeler que la saisine de la Commission MFC est gratuite pour le consommateur.
Si la demande de médiation est déclarée recevable, la Commission MFC s'efforcera de traiter le dossier dans un délai de 60 jours ce qui révèle un autre intérêt de la médiation : **la rapidité**.

Après avoir recueilli les informations auprès du consommateur et du professionnel, elle rendra un avis que les parties en litige sont libres d'accepter ou de refuser. La médiation étant un **processus souple et non contraignant.** Il convient de préciser que cet avis peut être favorable au consommateur ou au professionnel ou bien encore offrir une solution médiane ou alternative. Si les parties n'exécutent pas cet avis dans un délai d'un mois, la Commission MFC informe celles-ci de l'échec de la médiation.

Au-delà de ces aspects, il est important de souligner que **l'avis rendu par la MFC a une vertu pédagogique** permettant une meilleure compréhension de la situation par le consommateur et/ou une meilleure appréhension des obligations qui pèsent sur le commerçant.

Quelles sont les spécificités de la MFC ?

Afin de faciliter le règlement amiable des litiges, la Commission MFC a pris en compte les spécificités de la franchise.
L'une de particularités de cette médiation est la suivante : **la MFC constitue le seul outil capable de réunir tous les acteurs économiques de la franchise lors du traitement d'un dossier de médiation : le consommateur, le franchisé et le franchiseur.**
En effet, lorsqu'une action en justice est engagée, les parties se privent de cette possibilité, puisque le consommateur devra diriger son recours, soit contre le point de vente franchisé, soit contre la succursale du franchiseur. Or, dans le cadre d'une demande de médiation concernant le franchisé, la Commission a décidé d'informer le franchiseur de cette saisine, sans toutefois lui donner la possibilité d'intervenir dans le règlement du litige. Cette information est justifiée par le fait que le franchiseur est le garant de l'image du réseau et de la notoriété de l'enseigne et peut, dans certains cas, faciliter le règlement amiable du litige.
Il est ici important de rappeler que lorsque le consommateur achète un produit dans un point de vente franchisé, il est face à un commerçant indépendant. Certes, ce commerçant commercialise des produits et/ou des services sous l'enseigne du franchiseur. Pour autant, le franchiseur et les franchisés, qui possèdent chacun des points de vente sous la même enseigne, sont des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes.
Cela signifie que si le consommateur a un différend avec un franchisé, c'est à ce dernier de régler ce litige. Il en va de même s'il s'agit d'une succursale du franchiseur, c'est alors à la tête de réseau de régler le litige avec son client.

Défense des consommateurs
leo lagrange





Par ailleurs, la MFC comporte une particularité essentielle par rapport à bon nombre de médiations mises en place par d'autres fédérations en ce sens qu'il ne s'agit pas d'une médiation sectorielle à proprement parlé mais d'une médiation plurisectorielle qui couvre un très grand nombre de secteurs d'activité, tels que la réparation automobile, l'hôtellerie, la restauration, le bâtiment, les services aux personnes, l'équipement de la maison, le prêt-à-porter, l'esthétique,… Il est dès lors apparu important à la Commission MFC de sensibiliser le grand public à cette diversité que représente le système de la franchise.
La Commission est convaincue de l'intérêt de la Médiation Franchise-Consommateurs tant pour les consommateurs que pour les réseaux de franchise. Elle poursuivra donc ses efforts et ses actions afin d'améliorer la connaissance de cet outil au service des consommateurs et des professionnels et ce, avec énergie et enthousiasme.

Christophe Grison
Secrétariat de la Commission MFC

c.grison@franchise-fff.com
www.fff-franchise.com

La Commission de médiation européenne de vente directe, un organe de résolution amiable des litiges crée en faveur du consommateur européen

En 2010, un consommateur sur cinq a rencontré des problèmes sur le marché unique lors de l'achat de biens ou de services[1]. Actuellement dans l'Union Européenne, les moyens de recours extrajudiciaires n'existent que dans certains secteurs d'activités (par exemple le secteur des voyages) ou dans certaines régions.
Pour remédier à cette situation, le Parlement et le Conseil européens ont adopté le 21 mai 2013 une directive relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et un règlement relatif au règlement en ligne des litiges de consommation.
Ces deux textes ont pour objet de créer et de garantir l'existence d'organes extrajudiciaires pour tous les différends de nature contractuelle entre les consommateurs et les entreprises. A cet effet, la mise en place d'une plateforme en ligne permettant la résolution extrajudiciaire de ces différends est prévue.

C'est dans ce contexte que notre association a été sollicitée pour représenter les consommateurs au sein d'une commission de médiation européenne en matière de vente directe (CMEVD).
Cet organe de médiation est composé de trois membres indépendants : un président (Jules Stuyck professeur émérite de droit à l'Université de Leuven en Belgique et avocat en droit européen), une association européenne de professionnels (SELDIA) et une association nationale de consommateurs agréée d'un Etat membre de l'Union Européenne.
La CMEVD est chargée de trancher les litiges opposant un consommateur ressortissant ou résident de l'Union européenne et un vendeur qu'il soit européen ou non.
Afin de remplir sa mission, la CMEVD se fonde sur la directive 2013/11/UE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation ; sur le règlement (UE) n° 524/2013 du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation, sur le droit de l'union européenne en matière de protection du consommateur et sur le code Ethique européen de la vente directe lorsque le vendeur appartient à une fédération de vente directe adhérente à SELDIA.

Pour être recevable, le consommateur doit avoir épuisé les voies de recours interne avant de saisir la commission de médiation. Cette démarche est gratuite et la CMEVD s'engage à délivrer une réponse au consommateur dans un délai de 90 jours.
Le consommateur peut adresser sa réclamation en remplissant un formulaire disponible sur le site internet de SELDIA : http://www.seldia.eu/about-seldia/code-of-ethics.

Défense des consommateurs
leo lagrange





Ce formulaire à télécharger et imprimer peut être envoyé par courrier à la CMEVD à l'adresse suivante : SELDIA European Code Administrator Avenue de Tervueren 14 B 1040 Brussels Belgium ou par email sur complaints@seldia.eu.

En octobre 2014, la CMECD disposera d'un site web dédié qui permettra au consommateur d'enregistrer en ligne sa réclamation et de pouvoir suivre le traitement de son dossier en temps réel. Un lien renvoyant vers la procédure de réclamation en ligne sera prochainement disponible sur le site internet de l'ALLDC www.leolagrange-conso.org.
La CMEVD est une entité de recours pour le consommateur européen qui désire faire valoir ses droits dans le cadre d'une résolution amiable des litiges. La création de cette instance s'inscrit dans l'impulsion donnée par la Commission européenne de faciliter le développement du marché unique en donnant aux consommateurs plus de confiance et de garanties afin de l'inciter à y participer pleinement.
Tout juste créée, la CMEVD va devoir relever de nombreux défis notamment celui de se faire connaitre auprès du grand public. Compte tenu son champ de compétence européen, l'information sera sans doute un processus de longue haleine nécessitant de mobiliser l'ensemble des parties intéressées (pouvoirs publics nationaux et européens, professionnels du secteur, associations de consommateurs…)
Ainsi à cette fin, nous participerons le 2 octobre 2014 à la conférence annuelle de SELDIA afin de présenter à ses adhérents (les fédérations nationales de vente directe) la CMEVD et procéder au lancement officiel du site web de celle-ci.

Amel Haikem
Juriste de l'ALLDC
Représentante des consommateurs à la CMEVD

(1) Commission Européenne MEMO 11/840 29 novembre 2011

En litige avec un commerçant européen ? Le Centre Européen des Consommateurs (CEC France)

En cas de litige avec un professionnel situé dans l'Union Européenne, vous pouvez solliciter l'aide du Centre Européen des Consommateurs (CEC). Cette démarche est entièrement gratuite et vous permet de surmonter la barrière de la langue.

Le CEC est composé d'antennes nationales (centres d'accueil et d'information) présentes sur l'ensemble du territoire européen.
En votre qualité de consommateur français, vous devez saisir le point de contact national du CEC France pour que celui-ci entame des démarches en vue du règlement amiable de votre dossier, soit auprès du médiateur compétent dans l'Etat membre, soit directement auprès du professionnel.

Vous pouvez le saisir soit en ligne par le biais de leur formulaire en ligne : http://www.europe-consommateurs.eu/fr/ ou par courrier à l'adresse suivante :

CEC France
Rehfusplatz 11
77694 KEHL
Allemagne
Tel : 0049 7851 991 48 0
Email : info@euroinfo-kehl.eu



Défense des consommateurs
leo lagrange





La Médiation des communications électroniques, un dispositif réussi et favorable au consommateur

L'Association Médiation Communications Electroniques (AMCE) qui a célébré ses 11 années d'existence a été créée à l'initiative des opérateurs avec pour mission d'instruire les litiges en matière de téléphonie fixe, mobile et internet pour les clients des opérateurs signataires de la charte de médiation, soit une majorité de ceux présents sur le marché.
Ainsi, une fois saisi, le Médiateur s'engage à rendre son avis dans un délai maximal de trois mois. Pour être recevable, le client doit avoir préalablement saisi le service clients puis le service consommateurs mis à disposition par son opérateur et considérer que la réponse apportée n'est pas satisfaisante ou alors ne pas avoir obtenu de réponse des services. La saisine du Médiateur est exclue pour les litiges ayant un caractère professionnel mais également si une action judicaire est engagée par le client ou l'opérateur sauf si les parties acceptent expressément la médiation. La saisine du Médiateur peut se faire sur internet en remplissant un formulaire en ligne sur le site internet http://www.mediateur-telecom.fr/reclamation/creez_votre_dossier/ ou par voie postale en téléchargeant un formulaire disponible sur le site.

En 2013, la part des sollicitations reçues par le Médiateur a diminué de 25%[1] (20483 sollicitations contre 26726 sollicitations en 2012). Il en va de même pour le nombre d'avis rendus par le Médiateur qui a diminué de 26 % passant de 4878 à 3571.
Cette baisse illustre la tendance générale constatée par la DGCCRF dans son baromètre annuel des réclamations : la part des plaintes concernant les télécommunications électroniques a baissé de 5,4 points en 2013.
La diminution des réclamations résulte de divers facteurs : la simplification des offres mobiles, la primauté récente des offres sans engagement (50% du parc mobile) et le suivi par les opérateurs des recommandations du Médiateur visant à améliorer les pratiques du secteur.

Toutefois, avec l'avancée des technologies d'information et des communications, le Médiateur devra s'adapter constamment au marché pour faire face à de nouveaux litiges (4 G, fibre optique..) et ainsi mieux répondre aux sollicitations des consommateurs.

Amel Haikem
Juriste

(1) Rapport annuel 2013 du Médiateur des communications électroniques

La médiation dans le secteur de l'énergie : le MNE

Le Médiateur National de l'Energie (MNE) est une autorité administrative indépendante créée par la loi du 7 décembre 2006 relative au secteur de l'énergie, dans la perspective de l'ouverture à la concurrence des marchés de gaz naturel et de l'électricité.
En cas de litige avec son fournisseur ou son distributeur d'électricité ou de gaz naturel, le consommateur peut saisir le médiateur national de l'énergie pour l'aider à régler le différend, si aucune solution n'a été trouvée auprès du service clients/consommateurs de la société. Il est compétent lorsque le litige oppose le consommateur à un opérateur historique (EDF pour l'électricité ou GDF-Suez pour le gaz naturel) ou à un opérateur alternatif (Direct Energie, Poweo, Altergaz etc…).

Lorsque le litige oppose le consommateur à un opérateur historique, celui-ci peut saisir le médiateur d'entreprise, ou directement le MNE. Lorsqu'il s'adresse au médiateur interne, il garde la possibilité de saisir le MNE si la solution proposée par le médiateur interne ne le satisfait pas pleinement.
La saisine du MNE n'est pas réservée aux consommateurs particuliers**,** puisque les artisans, commerçants et professions libérales, certaines PME (moins de 10 salariés et 2 M€ de CA), associations à but non lucratif et syndicats de copropriétaires peuvent également faire appel à lui.
D'après une enquête de satisfaction réalisée début 2014 par Market Audit, 79% des personnes ayant eu recours au MNE sont

Défense des consommateurs
leo lagrange





satisfaites des services du médiateur. Rien d'étonnant donc que le nombre de litiges traités par cette institution ait augmenté de plus de 25% en 2013 par rapport à l'année 2012.
Cependant, l'ALLDC regrette que le champ de compétence du médiateur national de l'énergie soit limité aux litiges concernant les contrats relatifs à la fourniture de l'énergie, les contrats de raccordement avec ERDF ou GrDF (en cas de construction ou de rénovation de maison) ainsi que les contrats sur les services annexes des fournisseurs (ex : conseils sur les économies d'énergie). En effet, nombreuses sont les difficultés rencontrées par les consommateurs au moment de la formation du contrat (démarchage à domicile, vente forcée etc…), ou s'agissant de la production d'électricité photovoltaïque et éolienne mais qui sont malheureusement hors de son champ de compétence. Espérons donc qu'avec la transposition de la directive REL en droit français, ses missions soient étendues à ces domaines.

Pour aller plus loin : http://www.energie-mediateur.fr/accueil.html
Pour déclarer votre litige en ligne : https://www.sollen.fr/case/submit/step0

L'exemple de GDF SUEZ

La Médiation de GDF SUEZ a été créée, il y a 15 ans, dans un contexte où plusieurs entreprises, collectivités ou diverses organisations, en France, souhaitaient progresser dans le règlement amiable des litiges, au service des consommateurs qu'ils soient clients ou non. Il fallait répondre à leurs attentes nouvelles : efficacité, rapidité, simplicité, gratuité, impartialité et indépendance.

En dernier recours amiable interne, la Médiation traite, en toute indépendance, tous les litiges non résolus issus des activités du Groupe GDF SUEZ. A ce titre, elle reçoit des sollicitations d'origines très diverses : métiers (énergie, services, environnement, achats), pays (essentiellement Europe).

GDF SUEZ m'a aussi confié en tant que Médiateur, le rôle d'émettre des recommandations afin d'améliorer les procédures des services et promouvoir les pratiques de médiation au sein de toutes les entités du Groupe.
Conformément à la Charte de la Commission de la Médiation de la Consommation http://www.mediation-conso.fr/doc/Charte_Mediation_Consommation.pdf qui l'a référencée le 15 mars 2012, la Médiation intervient lorsque qu'un requérant n'est pas satisfait des réponses apportées par les services de GDF SUEZ.
De plus, nous avons mis en place un contrôle qualité qui permet de s'assurer de la satisfaction des requérants qui ont saisi la Médiation.
Chaque année, je rédige un rapport qui décrit les éléments relatifs à notre activité, le bilan des sollicitations reçues, l'analyse des dossiers traités, et le détail des recommandations apportées.

Les principaux motifs de sollicitations rencontrés

Les analyses montrent que les problèmes importants constatés lors de l'ouverture des marchés sont aujourd'hui, pour la plupart, résolus, et le nombre des réclamations du secteur de l'énergie (cf baromètre des réclamations de la DGCCRF) a beaucoup diminué et représente une faible part au regard de l'ensemble des secteurs.

De façon classique dans le secteur de l'énergie, 90 % des sollicitations reçues sont liées à la facturation, soit pour des questions limitées au fournisseur, soit, le plus souvent, lorsque des questions techniques comme les dysfonctionnements compteurs et les contestations d'index, sont à la base du litige signalé.
Par ailleurs, un certain nombre de sollicitations viennent de problèmes dans la relation client et/ou commerciale.
Enfin, d'autres sollicitations relèvent d'autres secteurs que l'énergie, ou d'autres pays que la France.
Deux tendances apparaissent aujourd'hui :

- l'impact des difficultés économiques et sociales qui ont pour conséquence un nombre croissant de consommateurs vulnérables, dont certains de plus en plus nombreux, sont en

Défense des consommateurs
leo lagrange





situation de précarité énergétique.

-la montée en puissance de nouvelles demandes des consommateurs, qui sont de plus en plus exigeants en matière da qualité de l'information, de compréhension, et de contrôle, de leur consommation d'énergie. Les consommateurs sont de plus en plus attentifs aux thèmes de « l'efficacité énergétique » et aux économies qui en découlent.

La contribution de la Médiation de GDF SUEZ à la promotion de la médiation

Au niveau européen, je suis le porte parole à Bruxelles de l'EEOG (European Energy Ombudsmen Group). C'est une association créée avec le médiateur d'Endesa, qui rassemble des médiateurs issus des entreprises du secteur de l'énergie, qui a pour but de promouvoir la médiation en Europe et d'améliorer ses résultats à partir des travaux réalisés en commun. L'association est présente dans 8 pays, pour environ 100 millions de clients.

En France, le Club des Médiateurs de Services au Public,
http://clubdesmediateurs.fr/ grâce à l'implication de ses membres, a poursuivi ses travaux afin de promouvoir une médiation de qualité. Je suis l'un des 21 Médiateurs de cette association, qui a rénové son site internet en 2013. J'en pilote le Comité de rédaction. Ce site constitue, aujourd'hui, une des sources d'information, sur ce type de médiation, les plus importantes en France.

Enfin, je travaille régulièrement avec les **associations de consommateurs** Les échanges menés sur des sujets d'actualité avec les associations de consommateurs ont toujours été l'occasion de débats particulièrement riches et constructifs.
A noter également les relations que nous entretenons avec le Médiateur National de l'Energie. A l'occasion, en 2013, de la nomination de Jean Gaubert à ce poste, la Médiation de GDF SUEZ a rappelé son souhait de renforcer sa coopération avec le MNE, conformément aux recommandations de la CMC et de la Cour des Comptes.

Le bilan de l'activité de traitement des dossiers de médiation

En 2013, nous avons reçu près de 4700 sollicitations. Dans 92 % des dossiers de Médiation, les parties s'accordent sur une solution élaborée avec la Médiation.

L'activité de médiation est à la fois difficile et valorisante.
Elle est difficile car les services clients ont fait des progrès remarquables, et les dossiers arrivant à la médiation sont aujourd'hui plus complexes.
Par ailleurs, il s'agit de développer des méthodes de relations constructives et confiantes avec les différentes parties, alors que le point de départ est insatisfaisant pour tous. L'impulsion de la Médiation permet, le plus souvent, de transformer les signaux faibles observés dans les cas étudiés en source d'amélioration pour l'entreprise.
Les retours sont très valorisants car les techniques de médiation développées, ainsi que la coopération des services de GDF SUEZ, fait qu'il est rare de ne pas trouver une solution qui sera concrètement acceptée et mise en œuvre.
Enfin, les enquêtes de satisfaction que nous réalisons tous les ans constituent un retour très positif.

Leurs commentaires et leurs remerciements sont le meilleur retour que nous puissions avoir, confirmant ainsi l'intérêt majeur que représente le développement de la médiation qui permet à chacun de trouver à son litige une solution « en droit et équité », dans un contexte marqué par les difficultés de nombreux consommateurs et citoyens à faire entendre leurs difficultés et questions.

Michel Astruc
Médiateur GDF-Suez

Pour plus de détails et la consultation du rapport annuel du Médiateur de GDF-SUEZ
http://www.gdfsuez.com/mediateur/

Défense des consommateurs
leo lagrange





La médiation dans le secteur financier

Le secteur de l'assurance a été l'un des premiers à mettre en place un système de médiation pour régler les réclamations des assurés qui n'avaient pas trouvé satisfaction auprès de leurs services clientèle ou consommateurs.

En effet, depuis 1993, tout consommateur en litige avec une société ou une mutuelle d'assurances peut faire appel au médiateur de la Fédération française des sociétés d'assurance pourvu que la société ou mutuelle d'assurance soit adhérente à la FFSA.
En 1993, la médiation FFSA recensait moins de 500 litiges par an. Aujourd'hui, le nombre de saisine du médiateur s'élève à plus de 9000 par an. Après examen et instruction du dossier, le médiateur de la FFSA rend en théorie un avis dans un délai de 3 mois (voir 6 mois en pratique dans les cas les plus complexes), que les parties sont libres de suivre ou non.
Pour le saisir, il suffit d'écrire à Médiateur FFSA M. Francis Frizon 26 boulevard Haussmann 75009 Paris **www.ffsa.fr**

Pour le secteur de la banque, en revanche, c'est la loi n° 2001-1168 du 11 décembre 2001 dite loi MURCEF qui a institué un système de médiation imposant ainsi aux établissements bancaires la désignation d'un tiers compétent pour traiter les litiges entre les banques et leurs clients. Le but : améliorer la relation banque clients.

Toutefois, la qualité de la médiation est variable d'une banque à l'autre, certaines médiations s'inscrivant davantage comme un service consommateurs bis. Quoi qu'il en soit, le consommateur en litige avec son agence bancaire peut s'adresser au service consommateurs (ou relations clientèle, qualité) de sa banque avant d'envisager de recourir au médiateur de sa banque.
Si les coordonnées du médiateur de votre banque ne figurent pas dans votre relevé de compte, vous pouvez les demander à votre agence, ou consulter les plaquettes disponibles sur les présentoirs en agence.

La médiation judiciaire : le juge propose, les parties disposent

La médiation judiciaire, instituée par la loi du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et à la procédure civile, pénale et administrative consacre deux chapitres à la médiation, tant conventionnelle que judiciaire. Ainsi, est inséré dans le code de procédure civile l'article 131-1 : *« Le juge, saisi d'un litige peut, après avoir recueilli l'accord des parties, désigner une tierce personne afin d'entendre les parties et de confronter leurs points de vue pour leur permettre de trouver une solution au conflit qui les oppose. Ce pouvoir appartient également au juge des référés en cours d'instance »*.

La médiation judiciaire obéit, comme la médiation conventionnelle, à certains principes essentiels : volontarisme, confidentialité, indépendance. Toutefois, la médiation judiciaire n'est pas gratuite : le juge fixe le coût de la médiation et les parties se partagent les frais. De plus, la médiation ne dessaisit pas le juge qui peut toujours intervenir. A l'inverse, la médiation conventionnelle suppose qu'aucune instance ne soit introduite devant une juridiction à peine d'irrecevabilité de la demande de médiation.
La médiation judiciaire est principalement utilisée en matière familiale (divorce, exercice de l'autorité parentale), commerciale, en matière de trouble de voisinage …
Le rôle du médiateur qui peut être une personne physique ou morale, est de faciliter et apaiser le dialogue parfois houleux entre les parties. Le médiateur n'impose ni ne propose de solution aux parties : ce sont ces dernières qui élaborent elles-mêmes leur accord avec l'aide de leur conseil. Cependant, il doit veiller à ce que l'accord envisagé soit établi sur la base de la bonne foi, qu'il reflète la volonté des parties qui ont pleinement connaissance de leurs droits et que cette proposition ne heurte pas l'ordre public.

Aussi, si le juge estime que les conditions d'une médiation sereine, répondant à ces critères ne sont pas réunis, il peut prendre toutes les mesures nécessaires, voire, le cas échéant,

Défense des consommateurs
leo lagrange





mettre un terme à la médiation, dont la durée initiale est de 3 mois renouvelable.
En lui même, l'accord de médiation n'a pas force contraignante à l'égard des parties. Pour être exécutoire, il doit donc être homologué par le juge.
Certes la médiation judiciaire ne permet pas toujours de régler le différend opposant les parties. Ainsi, en matière familiale, selon le rapport Delmas Goyon, la médiation permet de solutionner uniquement 1% des conflits soumis aux juridictions ; il n'en demeure pas moins qu'y compris en cas d'échec, la médiation a une vertu essentielle : renouer le dialogue, le lien social puisque chacune des parties a pu écouter l'autre, donner son point de vue. Les parties en tirent un réel bénéfice : même en cas de procès, l'audience pourra se dérouler dans un climat apaisé.
La France a été l'un des premiers Etats à inscrire dans sa législation nationale le recours à une médiation judiciaire dans certains domaines du droit, mais près de 20 ans après l'entrée en vigueur de la loi du 8 février 1995, son recours reste encore timoré et ce malgré les garanties indéniables qu'elle présente (confidentialité, rapidité, équité…). Sans doute, la médiation judiciaire doit-elle être valorisée auprès du justiciable qui considère qu'un procès vaut toujours mieux qu'une médiation.

Mélissa Howard-Maurice
Juriste

La Plateforme de la Médiation Française : se concerter pour avancer

Le 26 septembre 2012, sept fédérations ou associations représentatives de la diversité de la Médiation en France, regroupant environ 4000 médiateurs parmi lesquels l'Association Nationale des Médiateurs (ANM), le Centre de Médiation et d'Arbitrage de Paris (CMAP), Le club des médiateurs de services au public etc…ont créé la plateforme de médiation avec pour objectif de favoriser l'expression de positions partagées sur des sujets majeurs pour le développement de la médiation, puis portés cette parole commune auprès des interlocuteurs publics et privés.

Pendant l'année 2013, les membres de la Plateforme ont travaillé sur un thème qui leur est apparu prioritaire : celui de l'accès à la médiation. Dans ce cadre, 8 préconisations pour contribuer à favoriser l'accès de tous à la médiation ont été élaborées et présentées publiquement le 30 janvier dernier à l'Assemblée nationale afin d'engager le dialogue avec les parties prenantes au développement de la médiation et ainsi de pouvoir ensemble les mettre en œuvre.
La Plateforme de la Médiation Française a récemment pris position dans le cadre de la préparation de la transposition de la Directive du 21 mai 2013. La médiation doit être « universelle », elle ne doit pas être conçue comme « spécialisée », « cloisonnée » ce qui la limiterait et la fragiliserait. Il doit exister une « perméabilité » entre formes et domaines de médiation tout en respectant leur diversité.
Tout médiateur dispose, par sa formation initiale à la médiation, par sa démarche personnelle d'impartialité et de dialogue et par l'expérience acquise, d'une aptitude à mener des médiations conventionnelles.
De ce fait, de nombreux médiateurs ont vocation à traiter des litiges de consommation, dans le cadre juridique de la médiation conventionnelle.

Il appartient donc aux médiateurs et à leurs associations de convaincre les consommateurs comme les professionnels, les entreprises et leurs fédérations, de l'intérêt de participer au développement de la médiation, notamment en leur proposant une offre concrète de médiation de qualité adaptée à chaque situation.

Sites des membres de la Plateforme :
www.anm-mediation.com, www.cmap.fr/
www.clubdesmediateurs.fr/,
www.fncmediation.org/, www.fenamef.asso.fr/,
www.francemediation.fr/, www.mediation-ieam.com

Défense des consommateurs
leo lagrange



BON A SAVOIR

CRLC

Les commissions de règlement des litiges de consommation (CRLC) ont été instaurées en décembre 1994 au sein des comités départementaux de la consommation. La suppression des comités départementaux étant envisagée, l'arrêté de 1994 a été abrogé et remplacé par celui du 25 mars 2005. Les CRLC peuvent être créées au niveau départemental ou régional, avec le soutien des collectivités territoriales.

Les CRLC ont pour mission de favoriser le règlement à l'amiable des litiges entre consommateurs et professionnels. Elles sont composées d'un président – choisi en fonction de ses compétences en droit et/ou en économie, et de son expérience –, d'un assesseur représentant des consommateurs et d'un représentant des professionnels. Des rapporteurs (généralement membres d'organisations de consommateurs ou de professionnels) instruisent et mettent en état les réclamations, et proposent, le cas échéant, une solution de conciliation. Les CRLC ont une compétence subsidiaire : si le litige en cause peut être soumis à une instance de règlement spécialisée, il doit être traité par ladite instance. Le plaignant en est alors informé.

L'intervention des CRLC est gratuite et souple. Elle est facile d'accès – le plaignant devant adresser un simple courrier à la CRLC de son département de résidence. Elle est rapide – une solution devant être recherchée dans les deux mois à compter de la date de saisine. Les CRLC ont été créées dans environ dix départements pilotes. Trois existent actuellement.
La Commission de Médiation de la Consommation (CMC) a été créée en 2010 et est chargée d'auditer les dispositifs de médiation de consommation et de définir les règles de déontologie à mettre en place. Elle a également à l'origine de l'élaboration d'une charte des bonnes pratiques de la médiation, parmi lesquelles la gratuité du recours à la médiation pour les consommateurs et l'impartialité des médiateurs. Enfin, la Commission de la médiation de la consommation publie un rapport annuel qui fait état des dysfonctionnements et des bonnes pratiques qu'elle a identifiés.

Pour en savoir plus ww.mediation-conso.fr

Les consommateurs mécontents

Comme nous l'indiquons sur notre site internet, nous ne répondons pas individuellement aux consommateurs qui nous saisissent par le biais du formulaire d'alerte de la rubrique « vous nous alertez ». Cependant, chaque mois, nous tentons de répondre à certains courriels de consommateurs qui nous exposent leurs litiges.

Une colère : J'ai commandé en ligne un appareil électroménager qui devait être livré sous 10 jours. Depuis maintenant un mois, je suis dans l'attente de la livraison de ma commande. J'ai relancé le vendeur par mail puis par lettre recommandée. Il y a 15 jours, il s'est engagé à me rembourser mais je n'ai toujours rien vu. Que puis-je faire ?

Léo répond : Votre mise en demeure de livrer votre article est demeurée infructueuse. Vous pouvez donc à condition que l'enseigne soit membre de cette fédération, saisir la fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD) de votre litige. Celle-ci interviendra gratuitement auprès du e-commerçant en cause pour solutionner votre différend. Ses coordonnées : Fevad 60 rue de la Boétie 75008 Paris (www.fevad.com).

Une question : J'ai ouvert un contrat de crédit renouvelable auquel était attachée une carte de crédit. Suite au vol de mon portefeuille, des achats frauduleux ont été effectués au moyen de cette carte. J'ai porté plainte et fait opposition à cette carte puis contesté les opérations frauduleuses auprès de l'organisme de crédit. Mais celui-ci me tient pour

Défense des consommateurs
leo lagrange





frauduleusement car le code confidentiel a été composé. Pourtant, je n'ai jamais divulgué mon code ni inscrit sur un quelconque papier. J'ignore comment cela a pu arriver. Que puis-je faire ?

Léo répond : Selon l'article L133-19 du code monétaire et financier : « En cas d'opération de paiement non autorisée consécutive à la perte ou au vol de l'instrument de paiement, le payeur supporte, avant l'opposition les pertes liées à l'utilisation de cet instrument, dans la limite d'un plafond de 150 euros ». En revanche, « le payeur supporte toutes les pertes occasionnées par des opérations de paiement non autorisées si ces pertes résultent d'un agissement frauduleux de sa part ou s'il n'a pas satisfait intentionnellement ou par négligence grave aux obligations mentionnées aux articles L133-16 (préservation du dispositif de sécurité) et L133-17 (mise en opposition de la carte). Toutefois, il ne suffit pas que le code secret ait pu être utilisé lors des retraits frauduleux pour en déduire que le détenteur de la carte a été négligent. Il appartient à l'organisme de crédit de rapporter la preuve de la négligence fautive du porteur. En l'espèce, cette preuve n'étant pas rapporté, vous pouvez contester la décision du prêteur par courrier puis, s'il maintient son refus, vous pourrez solliciter le médiateur de l'ASF M. Armand Pujal 24 avenue de la Grande Armée 75854 Paris cedex 17 (www.asf-france.com).

Une question : Suite à une défaillance de mon compteur d'eau depuis 3 ans, j'ai été sous-facturé. Aujourd'hui le distributeur m'adresse une facture rectificative de plusieurs milliers d'euros. Je ne suis pas en mesure de régler cette somme. J'estime ne pas être responsable de la défaillance de mon compteur et je ne vois pas pourquoi je serai le seul fautif dans l'histoire. Aujourd'hui, il me menace de me couper l'eau si je ne paie pas la facture de redressement. Que puis-je faire ?

Léo répond : Réglez déjà une partie de la facturation et mettez en place un échéancier pour le règlement. Ceci permettra d'éviter la coupure d'eau dans un premier temps. Ensuite, même si cela peut paraître injuste car vous n'êtes pas à l'origine dysfonctionnement du compteur, votre distributeur peut vous facturer la consommation d'eau des deux dernières années (article L137-2 du code de la consommation) sur la base d'une consommation estimée. N'hésitez pas à vous rapprocher du médiateur de l'eau si aucune solution ne peut être mise en œuvre avec votre distributeur. En effet, il est compétent pour les litiges entre les abonnés et les services de l'eau et/ou d'assainissement qu'ils soient gérés en délégation de service public ou directement en régie par les collectivités ayant adhéré à la médiation de l'eau. Vous devez lui adresser votre dossier à Médiateur de l'eau M. Marc Censi BP 40463 75366 Paris Cedex 08 (www.mediation-eau.fr).

Une question : J'ai un litige avec mon bailleur concernant la restitution de mon dépôt de garantie. J'ai entendu parler d'une commission susceptible d'intervenir mais j'ignore de qui il s'agit et comment la saisir. Pouvez-vous m'en dire plus ?

Léo répond : Vous faites référence à la commission départementale de conciliation. Elle est composée en nombre égal de représentants d'organisations de bailleurs et de représentants d'organisations de locataires représentatives au niveau départemental. Elle est compétente pour régler certains différends entre bailleur et locataire à titre individuel (dépôt de garantie, réévaluation du loyer, caution, décence du logement…) ou des difficultés de nature collective. Ce sont les services de la direction départementale de l'équipement qui assurent le secrétariat de ces commissions (sauf à Paris). Renseignez-vous auprès de votre préfecture. La commission doit être saisie par lettre recommandée qui indique l'objet du litige et les parties en présence. Vous devrez joindre la copie du contrat de bail et tous autres éléments utiles.

Une colère : J'ai souscrit une mutuelle individuelle il y a maintenant deux ans. Je viens de changer d'employeur et celui-ci a mis en place une mutuelle d'entreprise obligatoire. J'ai donc sollicité la résiliation de mon contrat de complémentaire mais ma mutuelle refuse de faire droit à ma demande ; j'ai donc fait opposition aux prélèvements. Depuis, je reçois des relances et des menaces de me traîner en justice. Pouvez-vous m'aider ?

Léo répond : Vous pouvez résilier votre contrat de mutuelle santé puisque vous êtes dans l'obligation d'adhérer à la mutuelle d'entreprise.

Défense des consommateurs
leo lagrange





Il s'agit donc d'un motif légitime de résiliation hors échéance annuelle. Pour ce faire, il convient néanmoins que vous justifiez cet élément auprès de votre mutuelle. Dans l'hypothèse où votre réclamation n'aboutit ni auprès du service de gestion ni du service consommateur, vous pourrez alors saisir le médiateur de votre mutuelle, le GEMA à l'adresse suivante 9 rue de Saint Pétersbourg 75008 Paris (www.gema.fr).

Une question : J'ai été verbalisée à une station de métro parce que mon titre de transport n'était pas validé. Or, j'ai bien composté mon ticket dans l'appareil. C'est au cours du contrôle que je me suis aperçue que mon ticket ne présentait aucune empreinte. Pour autant, je ne suis pas responsable si les appareils sont défectueux !

Il peut effectivement s'agir d'un défaut d'ancrage de l'appareil de sorte qu'il n'a pas laissé d'empreinte visible sur votre ticket. Dans un premier temps, contestez votre verbalisation auprès du service relations clientèle puis si l'amende est maintenue, adressez-vous au médiateur de la RATP M. Philippe Labbé Lac LC80 54 quai de la rapée, 75599 Paris cedex 12 (www.ratp.fr).

Une question : J'ai sollicité le remboursement des frais d'envoi d'un colis à l'étranger en colissimo express car celui-ci a été remis 8 jours après alors que le service s'engage à délivrer les colis dans un délai de 3 à 4 jours!

Léo répond : Si le retard ne vous est pas imputable (adresse incomplète, mal rédigée…), rapprochez-vous du service réclamation pour exiger le remboursement des frais d'envoi. Faute de réponse, ou en cas de réponse négative, sollicitez le médiateur du groupe La Poste M. Pierre Segura 44 boulevard de Vaugirard CP F 407 75757 Paris cedex 15 (www.laposte.fr).

Une question : J'ai acheté un voyage à Madagascar auprès d'une agence de voyage mais rien ne s'est passé comme prévu ! Une partie des prestations (visites) n'a pu être assurée sur place et rien n'a été proposé en remplacement. J'ai demandé à l'agence de me rembourser partiellement le voyage mais elle ne me propose que des bons d'achats à faire valoir sur un prochain voyage.

Il n'est évidemment pas question que je renouvelle cette expérience très décevante. Très mécontent, j'ai saisi la juridiction de proximité. L'audience a été reportée. En attendant et pour ne pas perdre de temps, j'ai saisi le médiateur Tourisme voyage (Médiation Tourisme Voyage BP 80303 75823 Paris cedex 17 www.mtv.travel.fr) Celui-ci a rejeté ma demande en précisant qu'elle était irrecevable. Est-ce à dire qu'une agence de voyage peut annuler ainsi des prestations et que le consommateur n'a rien le droit de dire ?! Je n'y comprends plus rien.

Léo répond : Votre réclamation a été jugée irrecevable pour une seule raison : vous avez déjà entamé une procédure judiciaire. Or, la médiation est un processus amiable qui suppose qu'aucune procédure judiciaire ne soit engagée. Le médiateur a donc très justement décliné sa compétence. Soyez rassuré, cela ne signifie pas que l'agence de voyage peut annuler des prestations sans vous indemniser ou vous proposer sur place des prestations équivalentes. En effet, les agences de voyages sont responsables de plein droit en cas de vente de forfaits touristiques (article L211-16 du code du tourisme). Vous avez donc toutes les chances d'être indemnisé des prestations que vous avez réglées et qui n'ont pas été assurées.

Défense des consommateurs
leo lagrange

Léo Lagrange Consommation
150 rue des Poissonniers
75883 Paris cedex 18
Tél. 01 53 09 00 29
Fax. 01 56 55 51 82

Directeur de publication : Marc Lagae
Comité de rédaction : Ludivine Coly-Dufourt,
Mélissa Howard-Maurice

leolagrange-conso.org