

*RAPPORT DU GROUPE DE TRAVAIL DU CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION
RELATIF A LA MÉDIATION ET AUX MODES ALTERNATIFS DE RÈGLEMENT DES LITIGES*

NOR : ECOC0750517V22

Rapporteur consommateurs : Mme Véronique CRESPEL (Familles de France)
Rapporteur professionnels : M. Jacques SAINCTAVIT (MEDEF)

Ce groupe s'inscrit dans la filiation de celui de 2004 sur la médiation.

Dès l'ouverture, le 3 mai 2006, **un fort consensus des deux collèges est apparu sur les travaux antérieurs de 2004**. Il n'y a pas eu de remise en cause des principes, déjà énoncés, qui gouvernent la médiation.

Il a donc été convenu de reprendre et de transformer l'avis de 2004 en nouvelles lignes directrices de la médiation (enrichies des apports de 2006) afin d'avoir une version consolidée du résultat des travaux des deux groupes successifs du CNC.

En complément, des améliorations substantielles sur les garanties relatives à la personne du médiateur ont été demandées afin d'assurer leur neutralité et leur impartialité et quelques demandes spécifiques ont été formulées.

La première séance a permis de définir la **methodologie de travail** du groupe qui a été **déclinée en 5 chantiers incluant 3 sous-groupes** : l'évaluation et le bilan de l'avis 2004, l'actualisation de l'avis 2004, la communication sur la médiation à destination des consommateurs, le renforcement des garanties autour de la personne du médiateur, la construction d'un processus de médiation.

Les principes et critères d'une médiation de qualité ayant fait l'objet d'un accord unanime, le groupe a estimé nécessaire d'examiner le projet de directive européenne sur la médiation en matière civile et commerciale (point 6 du présent rapport). En outre, un chantier a visé des aspects essentiellement théoriques portant sur les critères.

Sur proposition du Président et après avoir recueilli l'avis des membres des deux collèges, **les travaux du groupe ont été centrés sur les aspects opérationnels de la médiation** : un bilan, une définition, un renforcement des garanties autour de la personne des médiateurs. En outre, **deux axes forts ont été privilégiés** : le premier axe pour créer **un dépliant** aux fins d'informer les consommateurs sur la médiation pour les inciter à y recourir ; le second axe vient en symétrie du premier pour encourager les professionnels, cette-fois, à développer des processus de médiation en leur fournissant **un « vademecum »** explicatif du montage d'un projet de médiation.

Enfin, des contributions écrites des deux collèges sur leur conception de la médiation ont été apportées. Celle des associations figure dans les comptes-rendus de séances, celle des professionnels en annexe.

1. L'ÉVALUATION ET LE BILAN DE L'AVIS 2004.

Conformément à un accord intervenu dès l'ouverture du groupe sur le champ d'examen des MARL, les processus encadrés par des textes législatifs ou réglementaires et ne relevant pas strictement du champ de la consommation, ont été écartés (médiation et conciliation judiciaire, médiation familiale, conciliateurs de justice, arbitrage, etc.).

Le bilan de la médiation et de quelques MARL a été finalisé en octobre dernier. Il comporte :

- **le rapport préparatoire au tableau de bord de la médiation rendu par Emmanuel Constans, Médiateur du Minefi** (cf. ci-joint). Dans ses conclusions, ce rapport préconise une mobilisation active et concertée des professionnels (afin de répondre aux besoins des consommateurs), des associations de consommateurs (pour appuyer l'expansion de la médiation et veiller à ses garanties de qualité), et des pouvoirs publics (chargé du domaine législatif et réglementaire). Il rappelle la nécessité de conserver leur souplesse aux dispositifs de médiation, donc d'éviter d'emblée l'adoption d'un

encadrement législatif. Cependant, le rapport retient 2 exceptions qui justifieraient une intervention du législateur : lorsque les entreprises tardent à mettre en place dans un délai raisonnable un dispositif de médiation adapté, et pour la suspension des délais de prescription pendant la durée de la médiation (garantie de sécurité juridique indispensable pour les consommateurs). Il préconise l'accélération du développement de la médiation de consommation afin de couvrir les principaux secteurs de la consommation. Une contribution du Medef qui souligne l'attachement des professionnels à la liberté de mettre en place un dispositif de médiation et leur opposition au recours à la loi en la matière est jointe au rapport ;

- **des tableaux des principaux résultats des médiateurs notifiés et de quelques médiateurs institutionnels** (réalisés par le Bureau C1 de la DGCCRF et le service de médiation du Forum des Droits sur l'Internet) ;
- **des fiches techniques sur quelques secteurs émergents** (réalisées par l'INC) qui ont mis en œuvre des processus susceptibles d'être qualifiés de MARL mais dont le développement ne permet pas encore de les considérer pleinement comme des processus de médiation, tels que l'on souhaite les voir répondre aux attentes des consommateurs. Il est signalé que la recherche concernant des processus intermédiaires s'est heurtée à une véritable absence de transparence.

Les membres des deux collèges ont été invités à communiquer les initiatives dont ils auraient pu avoir connaissance dans ce domaine.

Globalement, le bilan fait ressortir :

- malgré quelques divergences d'acception sur la définition et le contenu de la médiation, on doit noter **une prise de conscience de l'intérêt de la médiation** par des secteurs professionnels nouveaux (bâtiment et voyages notamment, très présents dans le groupe) **mais** comportant **des hésitations quant à la méthodologie à mettre en œuvre** (c'est ici que l'intérêt du vade-mecum pour les professionnels prend tout son sens) ;
- **un paysage général qui a peu changé dans son ensemble, depuis 2004**. Il n'y a pas eu naissance de processus de médiation de grande ampleur. Les médiateurs « institutionnels » (administrations, entreprises, secteurs professionnels) notifiés ont mis en œuvre les préconisations de l'avis de 2004 (notamment en adoptant la Charte des médiateurs de service public). Un nombre croissant de médiateurs institués présentent des résultats encourageants (augmentation des saisines, meilleure orientation des demandes qui améliore les résultats de la recevabilité, meilleurs ciblage et motivation des réponses aux consommateurs qui génèrent un accroissement des taux de réussite des médiations et de la satisfaction générale des consommateurs-usagers) ;
- **l'émergence de quelques tentatives de secteurs professionnels** pour créer des MARL : automobile, ameublement et déménagement. Ces MARL doivent encore être approfondis et développés pour devenir des processus de médiation à part entière. Le secteur des voyages et celui du bâtiment affichent une volonté très ferme de développer des processus de médiation au niveau de la fédération ou du syndicat professionnels : ils ont activement participé aux travaux du groupe et leurs demandes ont été déterminantes pour mettre en place le sous-groupe sur la méthodologie ;
- **le développement de nombreuses officines individuelles de médiation** qui font de la publicité en ligne et dont les garanties « juridiques » pour le consommateur-usager sont loin d'être avérées (de nombreuses allégations à caractère « juridique » sont carrément trompeuses). En outre, les médiations proposées sont généralement payantes pour le consommateur. Ces « officines » contreviennent à tous les principes jusque là affirmés et défendus à la fois en termes de « sécurité juridique » pour le consommateur (efficacité, délais courts, transparence, respect du contradictoire, etc.) et de gratuité ou de modicité des coûts (le CNC estime, compte tenu du faible enjeu financier des litiges, que ces coûts doivent se limiter aux frais de photocopies pour la constitution des dossiers et à l'affranchissement). Ces « officines » constituent une véritable « pollution » nuisible à l'éthique d'une médiation de qualité et sont susceptibles de ternir son image dans l'esprit du grand public. Le dépliant à destination des consommateurs, en affirmant très clairement et très fermement le principe de la gratuité, entre autres critères, a pour objectif de faire échec à ces « officines ».

2. L'ACTUALISATION DE L'AVIS 2004.

Les deux collèges ont, dès l'ouverture du groupe, souhaité que **le champ des travaux soit clairement défini**. Les processus et procédures encadrés (médiation et conciliation judiciaire, médiation familiale, conciliateurs de justice, arbitrage, etc.) ont été écartés du champ de travail du groupe qui a souhaité se centrer sur la consommation.

L'acception générale des MARL recouvre 3 réalités : la conciliation, la médiation et l'arbitrage. En France, médiation et conciliation se ressemblent de plus en plus et sont souvent assimilées l'une à l'autre ou très liées. L'arbitrage, quant à lui, a été écarté car il ne correspond nullement à la culture française de règlement amiable des litiges et il peut être privatif de recours en justice.

Dernier élément d'acception, les services consommateurs des entreprises ou les services d'accueil des usagers dans les administrations ne sont pas considérés comme des MARL à proprement parler, car ils ne constituent pas une « alternative » du fait de leurs liens à l'organisation (forte imbrication, manque d'autonomie).

Sur proposition du Président, les deux collèges se sont ralliés à **la nécessité de poser une définition générale et commune de la médiation** afin que tous les participants s'accordent sur une même acception et des critères fondamentaux communs, qui ne remettent pas en cause la spécificité et la réalité des médiations existantes.

Un travail de **croisement avec les définitions et les dispositions de la directive** européenne sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale (qui englobe notamment la médiation familiale), **avec le projet de recommandation du Conseil de l'OCDE** sur les modes alternatifs de règlement des litiges, **avec deux recommandations du Conseil de l'Europe** de 2001 ainsi qu'avec **un bulletin spécial de la Cour de Cassation** sur la médiation, a été effectué, avec le soutien de la Chancellerie (Bureau du Droit processuel).

Cette définition générale prend en compte les spécificités de la consommation. Elle fait aussi ressortir l'importance de la responsabilisation des parties à la médiation, tant le consommateur que l'entreprise ou l'administration.

La définition évoque les deux grands types de mission des médiateurs (« aviseur » et « facilitateur »), les critères qui gouvernent l'exercice de ses missions (l'impartialité, l'efficacité et la compétence) et l'esprit de la médiation (la libre volonté des parties et la confidentialité).

Elle est suivie par **un rappel de critères fondamentaux** applicables à la médiation en matière de consommation :

- la gratuité ;
- la confidentialité du processus de médiation et de la recommandation du médiateur ;
- le respect de délais raisonnables ;
- l'accessibilité et la compréhensibilité ;
- la possibilité pour l'entreprise, le secteur professionnel ou l'administration à l'origine de la médiation de respecter l'avis ou la recommandation rendu par le médiateur.

La définition, désormais acceptée par tous, figurera en tête des lignes directrices posées en 2006, préalablement à la déclinaison des critères.

Les deux collèges ont réaffirmé fortement une demande déjà exprimée en 2004, concernant la suspension des délais de prescription en cas de saisine d'un médiateur. La transposition de la directive prévoira une telle disposition, notamment pour en délimiter les contours (début de la suspension et reprise des délais de prescription) et la durée (qui ne peut être indéfinie sous peine de réintroduire le risque de « manœuvres dilatoires » dans le recours à la médiation).

Certains critères relatifs à la personne du médiateur ont fait l'objet de demande de révision et d'enrichissement (voir infra : le sous groupe sur le renforcement des garanties).

Les nouvelles lignes directrices de la médiation ont été réalisées en emboîtant les résultats de l'actualisation complète de l'avis de 2004 et les nouveaux critères dégagés, relatifs à la personne du médiateur. Ces lignes directrices ont été actées le 8 février 2007.

3. L'INTRODUCTION DE L'AVIS.

Précédant les nouvelles lignes directrices de la médiation et les documents opérationnels voulus par le groupe (dépliant pour les consommateurs et le vade-mecum pour les professionnels) viennent quelques **pages introductives** qui résument le mandat du groupe, les éléments saillants du bilan, et surtout, qui **rappellent certains messages forts repris et développés ensuite dans les nouvelles lignes directrices.**

Il s'agit essentiellement de **renforcer la connaissance des consommateurs sur la médiation et de les mettre en capacité d'agir en parfaite connaissance de cause**, avant et pendant la médiation, en les informant sur la nature de la médiation, son champ de compétences, le déroulement du processus de médiation, les conséquences de la fin de la médiation, etc. ; tous **éléments relatifs à la transparence, à la lisibilité et à la compréhension.**

Il doit être clairement entendu que cette partie introductive constitue une synthèse et un compromis entre les demandes très fortes des associations de consommateurs qui auraient souhaité aller plus loin et être plus fermes et celles des professionnels qui ont rappelé leur attachement à la liberté de mettre en place un dispositif de médiation, l'autorégulation devant primer en la matière.

Le débat est loin d'être épuisé et certains sujets reviendront sur le devant de la scène avec la transposition de la directive européenne relative à certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale, notamment en ce qui concerne la suspension des délais de prescription.

Cette partie introductive de l'avis a été actée le 8 février 2007.

4. LE SOUS-GROUPE : COMMUNICATION.

Ont participé à ce sous-groupe : Emmanuel Constans (Médiateur du Minefi), Marie-Françoise Le Tallec (Médiatrice du Net), Michel Astruc (Médiateur de Gaz de France), Irène Kerner (représentant le Médiateur de la Téléphonie), Muriel Fournial (France télécom), Françoise Escoffier (Orange), Paul Baylac-Martres (CLCV), Isabelle Loubens (UFCS), l'AFOC, l'ADEIC et Patrice Besançon (C1, président).

La mission de ce sous-groupe a visé à donner au consommateur **un outil simple de compréhension des grandes lignes de la médiation** (sur le modèle des dépliants de la DGCCRF) pour informer les consommateurs de l'existence de la médiation et les inciter à recourir à cette voie de règlement amiable des différends, que ce soit en amont de la médiation ou, une fois le litige survenu, sur le déroulement de la médiation et ses incidences.

Le dépliant donne une définition de ce qu'est la médiation, de son intérêt, des critères de bon fonctionnement auxquels elle doit répondre et des garanties que doivent présenter les médiateurs.

En outre, le dépliant précise **l'importance des démarches préalables** à entreprendre auprès du service clientèle en cas de litige avant de se tourner vers le service du médiateur sous peine de rendre son action irrecevable.

Certaines informations contenues dans le dépliant, notamment l'affirmation du principe de gratuité, doivent permettre d'écartier, sans les nommer, les « officines » payantes et juridiquement mal sécurisées.

Le dépliant a fait l'objet d'une phase de test (lisibilité et compréhension, niveau de langage) auprès des associations, de l'INC et de certains médiateurs institutionnels et notifiés.

Le dépliant a été finalisé et acté lors de la réunion du 15 décembre 2006.

5. LE SOUS-GROUPE : RENFORCEMENT DES GARANTIES DE LA PERSONNE DU MÉDIATEUR.

Ont participé à ce sous-groupe : Marie-Françoise Le Tallec (service de médiation du Forum des droits sur l'internet), Jean-Claude Nasse (ASF), François Métais (Médiateur d'EDF), Françoise Thiébault (CNAFAL), Patricia Foucher (INC, service juridique) et Patrice Besançon (C1, président).

Le groupe plénier a considéré qu'il était impératif d'approfondir les éléments de sécurité déontologique des médiateurs (souligner les incompatibilités de fonctions et prévenir le risque de conflit d'intérêt notamment), de renforcer la transparence des processus et leur lisibilité pour les consommateurs (notamment, en amont de la saisine d'un médiateur, sur son champ de compétence et ses règles de recevabilité des demandes).

Les travaux du sous-groupe ont consisté à apporter des précisions par rapport à l'avis de 2004. Ils ont ainsi mis en évidence un certain nombre de nouveaux critères. Ils ont caractérisé des éléments de qualités liés à la personne du médiateur et d'autres liés à son statut :

- **la formation du médiateur** : quelle que soit l'expérience professionnelle et les qualités personnelles d'une personne choisie pour devenir médiateur, l'exercice de la fonction de médiateur peut nécessiter un apprentissage. Celui-ci peut prendre la forme d'une formation initiale, complétée d'une formation continue ;
- **le médiateur doit être neutre et impartial**, avoir le sens du dialogue. Il est convenu en outre que l'administration, l'entreprise, ou le secteur professionnel qui nomme le médiateur veille à ce qu'il dispose de connaissances nécessaires, même s'il n'est pas un expert technique du secteur dans lequel il exerce ses missions ;
- **Le médiateur doit disposer de qualités humaines** (psychologie, capacité d'écoute et de probité, aisance relationnelle, autorité et charisme). **Il doit** en outre **présenter des garanties de déontologie** ;
- Concernant le statut du médiateur, il y a une nécessité absolue de **transparence de l'équipe qui l'entoure et qui est fonctionnellement placée sous son autorité**.

Des incompatibilités dans l'exercice de la mission de médiateur ont été identifiées. Dans le cas où ce dernier émane de l'entreprise, du secteur professionnel ou de l'administration elle-même (médiateur interne), il ne peut cumuler sa fonction de médiateur avec une autre fonction au sein de l'organisation qui le conduirait à connaître des mêmes cas qu'en médiation. Dans le cas d'un médiateur externe à l'organisation, il est souhaitable que l'exercice d'une autre profession n'ait aucun lien avec sa fonction de médiateur.

La référence à la création d'un processus de médiation par une entreprise, un secteur professionnel ou une administration a été précisée afin de faire ressortir que la création d'un processus de médiation ne relève pas d'une obligation mais que ces trois types d'organisation qui s'engagent doivent apporter les garanties autour de la personne du médiateur en lui aménageant un espace autonome.

Le document sur le renforcement des garanties de la personne du médiateur a fait l'objet d'un accord général le 9 novembre 2006.

Il a donc été inséré dans les nouvelles lignes directrices principalement aux points 1.1 et 1.2 (en bleu).

6. LE SOUS-GROUPE : MÉTHODOLOGIE DE LA MÉDIATION.

Ont participé à ce sous-groupe : Jacques Salzer (CNAM), François Métais (Médiateur d'EdF) et Frédéric Pauly (collaborateur de F. Métais), Annie Batlle (Médiatrice de BNP-Paribas), Nathalie Lemaire (Qualité-consommateurs Chez BNP-Paribas), Hervé Mondange (AFOC), Muriel Fournial (France Télécom), Olivier Bouget et Blandine Roy (Fédération de la Vente Directe), et Patrice Besançon (C1, président)

En premier lieu, les membres du sous-groupe se sont attachés à **caractériser les architectures principales** de MARL existants : mono-entreprises (Edf, GdF, SNCF, RATP), inter-entreprises (banques, assurances, téléphonie et vente directe), les modèles centralisés (service de médiation du Forum des Droits sur l'Internet), les modèles décentralisés (les caisses régionales du Crédit agricole), ou encore le modèle déconcentré du Minefi et du Médiateur de la République.

Ainsi les modalités de financement (modèle économique) du service du médiateur dépendront étroitement de l'architecture retenue.

Ensuite, les participants du sous-groupe ont tracé **les grandes lignes nécessaires à la mise en place d'un processus de médiation : à la fois les étapes indispensables à franchir et les écueils à éviter.**

Cet **outil destiné aux professionnels**, a pour but de les conforter dans leur logique d'autorégulation, de les aider à développer la médiation dans le traitement des litiges avec les consommateurs. Cet outil laisse cependant **une grande latitude aux organisations** (administrations, entreprises, fédérations professionnelles) **dans la construction et l'architecture du processus de médiation, en fonction de leurs spécificités sectorielles.**

Il a pour vocation de généraliser l'implantation du médiateur dans les organisations et à en faire un des acteurs majeurs dans l'instauration des relations de confiance avec les consommateurs.

Le vade-mecum a été acté lors de la séance du 31 janvier 2007.

7. LA PRÉSENTATION DU PROJET DE DIRECTIVE EUROPÉENNE SUR LA MÉDIATION EN MATIÈRE CIVILE ET COMMERCIALE.

Ce projet de directive **d'harmonisation minimale**, a l'avantage de fixer une base légale tout en laissant aux Etats membres la possibilité de faire mieux. Il permet aux citoyens de recourir en toute confiance à la médiation. Il est aussi destiné à promouvoir la médiation dans les pays farouchement opposés à ce concept et **d'éviter les recours à une justice longue, compliquée et onéreuse** pour les litiges de consommation. Il n'exclut pas non plus les MARL autres que la médiation.

La présentation de la directive a donné lieu à des contributions des membres des deux collèges et du Club des médiateurs de service public. Ces contributions seront étudiées dans le détail lors de prochaines réunions sur l'étude approfondie de la directive, en vue d'anticiper sa transposition.

Certains membres du groupe se sont inquiétés du terme de « tiers » qui désigne le médiateur. Ces participants ont souligné les risques de remise en cause des médiateurs émanant d'une organisation en raison de l'interprétation possible des termes « tiers » ou tierce personne ».

L'article 2 de la directive apporte des garanties en précisant que le « tiers » est efficace, impartial et compétent. De ce fait, les médiateurs institutionnels d'entreprises ne sont pas menacés.

Dès lors, la directive ne remet pas en cause les expériences françaises de médiation réalisées ces 10 dernières années. La directive laisse, par la marge d'interprétation qu'elle offre, suffisamment de **souplesse pour permettre de préserver les spécificités françaises** en matière de médiation et l'hétérogénéité des cultures judiciaires et extrajudiciaires des 27 Etats membres.

La présentation de la directive a été l'occasion de souligner, entre autres, **l'importance de l'article 2bis de la directive** qui dispose que « Les États membres encouragent, par tout moyen qu'ils jugent approprié, l'élaboration de codes volontaires de bonne conduite et l'adhésion à ces codes, par les médiateurs et les organisations fournissant des services de médiation, (...) ainsi que d'autres **mécanismes efficaces de contrôle de la qualité** relatifs à la fourniture de services de médiation ». En effet, les deux collèges et le Club des médiateurs souhaitent qu'une forme de labellisation de la médiation ou qu'une « **liste positive** » **des médiateurs** soient créées **afin de garantir la qualité et la fiabilité des processus de médiation pour les consommateurs.**

La question du coût de la médiation s'est également posée, notamment au travers de la spécificité de la médiation en consommation.

La directive concernant à la fois la médiation civile et commerciale, les médiations familiales et judiciaires payantes (consignation des honoraires du médiateur, au commencement de la médiation), elle n'explicite pas la question du coût de la médiation. Les négociateurs de la directive n'ont pas voulu introduire de régime spécifique pour tel ou tel domaine de médiation, ce qui aurait risqué de faire perdre de sa force au texte. Cependant il a été précisé que **la recommandation communautaire du 4 avril 2001 serait visée dans les considérants de la directive** : elle préconise un **coût nul ou modique** (entendu en France par : frais de photocopies pour constituer un dossier et affranchissement). Cette recommandation et ses dispositions acquerront ainsi une force qu'elles n'avaient pas jusque là ; force qui devrait être de nature à rassurer les consommateurs.

La présentation du texte a fait apparaître **un certain nombre d'autres principes** :

- sur **les délais de prescription**, le principe de la suspension du délai est acquis ; reste à en déterminer précisément les contours (fait générateur et matérialisation). **Ce point est extrêmement important et justifiera un rendez-vous particulier du groupe** ;
- sur la possibilité de **faire homologuer** l'accord issu de la médiation : l'article 5 oblige à créer une procédure qui ouvrira cette possibilité aux parties qui le souhaitent.

Les « silences » de la directive sur certains points ont attiré l'attention des participants :

- la directive ne précise pas si le consommateur peut **se faire assister par une association de consommateur**. Ce sujet est renvoyé à la compétence des Etats-membres. La directive ne l'interdisant pas, toute latitude sera laissée de l'inscrire dans le projet de transposition. Le groupe du CNC s'est d'ailleurs prononcé en faveur de l'accompagnement et du conseil du consommateur-réclamant par une association de consommateurs, s'il le souhaite ;
- l'absence de **sanctions en cas de non respect des bonnes pratiques** régissant la médiation a aussi été relevé. L'article 2 bis renvoie à la compétence des Etats membres pour prendre toute mesure à cet effet et notamment celle de « dé notifier » éventuellement un médiateur. En revanche, un Etat pourrait faire l'objet d'une procédure en manquement si la Commission estimait qu'il n'a pas suffisamment encouragé l'élaboration de ces bonnes pratiques ;
- certains se sont inquiétés de **la possibilité que la médiation soit « ordonnée » par le juge**. Cette disposition fait référence au droit de certains Etats-membres et ne concerne pas la médiation française en consommation. La directive précise que la médiation peut être engagée à l'initiative des parties, suggérée ou ordonnée par un tribunal. Cette énumération se veut alternative et non cumulative.

Les deux collèges ont manifesté une volonté très forte d'être associés aux travaux de transposition de la directive. Un rendez-vous pour en examiner les points saillants devra être pris prochainement.

UN PORTAIL MÉDIATION.

La réunion plénière du 9 novembre 2006 a donné lieu à l'expression **d'une forte demande des deux collèges : la création, sur le site Internet de la DGCCRF, d'un portail médiation** qui présenterait les textes de référence de la médiation (recommandations communautaires, la directive et les deux avis du CNC, 2004 et 2007), un lien vers le site du CNC où figurent les adresses des sites des associations et la liste des médiateurs (les notifiés et les autres). Des **liens** pourraient être créés **vers les sites des médiateurs notifiés** qui le souhaiteraient.

LISTE DES PARTICIPANTS

Collège des consommateurs :

Mme Sophie FRIDLANSKY (ADEIC)
 M. Hervé MONDANGE (AFOC)
 M. Paul BAYLAC-MARTRES (CLCV)
 M. Claude BOISSEAU (CNAFC)
 M. Pierre de BERNIÈRES (CNAFC)
 Mme Létizia ALI (CSF)
 Mme Françoise THIEBAULT (CNAFAL)
 Mme Nadia ZIANE (Familles rurales)
 Mme Anne-Sophie VINCENT (FNAUT)
 M. Marc DEBRINCAT (FNAUT)
 Mme Elyane ZARINE (ORGECO)
 Mme Ludivine BICHE (ORGECO)
 Mme Gaëlle PATETTA (UFC – Que choisir)
 Mme Isabelle LOUBENS (UFCS)

Collège des professionnels :

M. Frédéric PAULY (EDF)
 M. François MÉTAIS (EDF)
 M. Léonard COX (MEDEF)
 M. Jean-Claude NASSE (ASF)
 M. Alain DAIREAUX (ASF)
 Mme Carole COSTA (BNP- Paribas)
 Mme Natalie LEMAIRE (BNP-Paribas)

Mme Annie BATLLE (BNP-Paribas)
M. Jacques SALZER (CNAM)
Mme Muriel FOURNIAL (France télécom)
M. Michel ASTRUC (Gaz de France)
M. Didier GANDON (SNCF)
Mme Valérie BONED (SNAV)
M. Olivier BOUGET (FVD)
Mme Blandine ROY (FVD)M. Bertrand LASSERRE (CMAP)
Mme Marie-Françoise LE TALLEC (Forum des droits sur l'internet)
Mme Françoise ESCOFFIER (Orange-France)
Mme Colette DEMAY (ANM)
Mme Valérie TALUREAU (La Poste)
M. Georges DURRY (Président de l'université Panthéon-Assas)
Mme Julie JOLY-HURARD (Professeur de droit de la médiation)
Mme Marine CALAZEL (Délégation générale du Médiateur de la République)
M. Emmanuel CONSTANS (Médiateur du MINEFI)
Mme Marie SALORD (Ministère de la Justice – DACS)

Autres :

Mme Patricia FOUCHER (INC)