



**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**

*Liberté
Égalité
Proxitimité*

Direction générale de la concurrence
de la consommation
et de la répression des fraudes

CONCOURS DE CONTROLEURS DE LA CONCURRENCE DE LA CONSOMMATION ET DE LA REPRESSIION DES FRAUDES DES 6 ET 7 JUIN 2024

Concours interne

EPREUVE N°1

Analyse d'un dossier administratif et réponses à des questions sur ce dossier

(Durée : 3 heures ; Coefficient 1)

Après avoir rédigé une note d'analyse du dossier qui vous est soumis **(10 points)**, vous répondrez aux deux questions suivantes **(10 points, 5 points pour chaque question)** :

- a) Quelles sont les spécificités de la médiation de la consommation ?
- b) Quelles sont les limites de la médiation de la consommation et les améliorations qui pourraient être apportées ?

Le dossier comporte 27 pages

**IL EST RAPPELE QUE LES TELEPHONES PORTABLES DOIVENT RESTER ETEINTS
DURANT TOUTE L'EPREUVE**

Table des matières

<u>Annexe 1</u> – Médiateurs de la consommation : une activité soutenue en 2022 - Economie.gouv.fr - 07/08/2023	Pages 1 à 2
<u>Annexe 2</u> – Résoudre un litige de consommation - site DGCCRF - page en ligne en mars 2024	Page 3
<u>Annexe 3</u> – Extraits du rapport d'activité de la CECMC 2019-2021 Economie.gouv.fr 09/2021	Pages 4 à 16
<u>Annexe 4</u> - <u>Médiation de la consommation</u> -- site du Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique - https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso/processus-de-mediation-de-la-consommation	Pages 17 à 27



**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Commission d'évaluation et de contrôle
de la médiation de la consommation**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**Médiateurs de la consommation :
une activité soutenue en 2022**

Paris, le 07/08/2023

Avec près de 180 000 demandes de médiation reçues en 2022, l'activité des médiateurs de la consommation s'est maintenue à un niveau élevé, équivalent à 2021. Ce résultat témoigne de l'ancrage progressif du dispositif dans les pratiques commerciales.

En contribuant à pacifier les relations commerciales, les 86 médiateurs de la consommation interviennent, gratuitement, dans tous les secteurs d'activité économique. Ils favorisent le règlement à l'amiable des litiges opposant consommateurs et professionnels dans le cadre de l'exécution de contrats touchant à tous les aspects de la vie quotidienne. Sous peine de sanctions, tout professionnel a l'obligation de communiquer au consommateur les coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont il relève. Ces derniers sont référencés par la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC), laquelle, assistée par la DGCCRF, vérifie qu'ils répondent aux exigences d'indépendance, d'impartialité et d'efficacité du processus de médiation.

En 2022, ce processus de médiation a pu être engagé dans 91 % des saisines recevables, débouchant, pour 74 % d'entre elles, sur un accord amiable ou une proposition de solution acceptée par les parties prenantes. Les saisines recevables ne donnant pas lieu à médiation (9 %) couvrent deux cas de figure : soit le professionnel privilégie la négociation d'un accord direct avec le consommateur, soit, il active des procédures internes de gestion des contentieux, en particulier pour les professions réglementées. Dans les deux cas, le consommateur doit rester informé de son droit à recourir à un médiateur de la consommation.

Les dispositions adoptées en 2022, visant à fluidifier la recevabilité des saisines, se sont traduites par une amélioration du taux de recevabilité, en particulier dans les secteurs bancaires et de l'assurance. Néanmoins, le taux de saisines irrecevables reste élevé (48%), s'expliquant principalement par une méconnaissance du dispositif. En effet, le consommateur doit préalablement adresser sa réclamation, par écrit, au professionnel concerné. Ce n'est alors qu'en l'absence de solution ou de réponse que le médiateur compétent pourra être saisi, dans un délai de deux à douze mois à compter de la première notification du litige.

Enfin, la CECMC relève, en 2022, un allongement du délai moyen de traitement des saisines à 103 jours, excédant sensiblement le délai réglementaire de 90 jours, et un allongement du délai moyen d'examen

de la recevabilité des saisines à 18 jours, conforme aux limites réglementaires de 21 jours. A cet égard, la CECMC veillera, en 2023, aux moyens alloués aux médiateurs avec l'objectif de contenir les délais de mise en œuvre dans les minima réglementaires ; cet indicateur étant essentiel à la crédibilité de ce dispositif, conçu comme une alternative aux recours judiciaires.

Liens utiles :

- Vous rencontrez un problème de consommation avec un professionnel ? Contactez la DGCCRF [ici](#)
- [Liste des médiateurs de la consommation](#)

Service presse de la DGCCRF
01 44 97 ~~XXXX~~
XXXX@dgccrf.finances.gouv.fr

Résoudre un litige de consommation

La DGCCRF n'intervient pas pour régler les litiges contractuels des consommateurs. Ces derniers disposent, pour tenter de résoudre les contentieux qui les opposent à un professionnel, de toute une panoplie de moyens qui vont de la tentative de règlement amiable jusqu'à l'exercice d'une action en justice.

Les voies extrajudiciaires de règlement des litiges

Avant de vous adresser à un tiers, informez-vous sur vos droits en consultant nos [Fiches pratiques](#) et tentez de négocier avec le professionnel. En cas d'échec, vous devez le mettre en demeure, par lettre recommandée ou par sommation, d'exécuter son obligation.

Bon à savoir : ne prenez pas l'initiative de faire opposition au paiement. Les motifs d'opposition sont en effet strictement définis : vous devez payer le professionnel et contester ensuite.

- Sur Signal.conso.gouv.fr, vous pouvez en quelques clics signaler les problèmes rencontrés avec un professionnel. Le professionnel concerné peut alors répondre pour trouver une solution à l'amiable. Signal.conso.gouv.fr vous accompagne également dans vos démarches en vous précisant vos droits. Vous pouvez ainsi être redirigé vers l'interlocuteur approprié : association de consommateur, médiateur, justice... SignalConso est aussi disponible sous forme d'application à télécharger sur votre smartphone : [Télécharger dès maintenant l'application mobile - SignalConso](#) - PDF, 136 Ko
- Vous pouvez prendre contact avec [une association de consommateurs](#) (ou [tout autre organisme utile](#)) qui pourra vous renseigner et tenter d'obtenir du professionnel l'arrangement amiable qu'il aurait refusé à un consommateur isolé.
- [Des conciliateurs et des médiateurs de la consommation](#) peuvent également vous accompagner dans vos démarches
- Autre possibilité : [les Maisons de Justice et de Droit](#) ou [les antennes de justice](#), présentes dans de nombreuses villes, qui peuvent vous et vous orienter, rapidement et gratuitement.
- [Pour les litiges transfrontaliers avec un professionnel situé au sein de l'UE](#), faites appel au [Centre européen des consommateurs](#). Il existe un CEC dans chaque pays de l'Union européenne, ainsi qu'en Norvège et en Islande, soit 30 au total.

Les voies de règlement judiciaire

Une fois les voies alternatives de règlement des conflits épuisées, vous devez [saisir une juridiction](#) qui va trancher sur le bien-fondé ou le mal-fondé du litige. Plusieurs options sont à envisager :

- le référé,
- l'injonction de payer,
- la saisine simplifiée,
- l'injonction de faire,
- l'assignation devant le tribunal d'instance ou de grande instance.

Qu'est-ce que l'action de groupe ?

L'action de groupe, introduite en France par la [loi n° 2014-344 du 17 mars 2014](#) relative à la consommation (article 1), est une procédure de poursuite collective qui permet à des consommateurs, victimes d'un même préjudice de la part d'un professionnel, de se regrouper et d'agir en justice. Les plaignants peuvent ainsi se défendre avec un seul dossier et un seul avocat. En vigueur depuis le 1er octobre 2014, cette nouvelle procédure en justice vise à rééquilibrer le rapport de force entre consommateurs et professionnels.

L'article L. 611-1 du code de la consommation définit la médiation de la consommation comme « un processus de médiation conventionnelle, tel que défini par l'article 21 de la loi n° 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et de la procédure civile, pénale et administrative », c'est-à-dire « un processus structuré, quelle qu'en soit la dénomination, par lequel deux ou plusieurs parties tentent de parvenir à un accord en vue de la résolution amiable de leurs différends, avec l'aide d'un tiers, le médiateur, choisi par elles ».

L'accès à la médiation de la consommation est un droit reconnu à tout consommateur, le premier alinéa de l'article L. 612-1 du même code disposant à cet égard que : « tout consommateur a le droit de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel. À cet effet, le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation ».

La médiation de la consommation est un processus de règlement de litiges alternatif à l'action judiciaire souvent plus longue et coûteuse. Pour les litiges de consommation inférieurs à 5 000 euros (à l'exception des litiges relatifs au crédit à la consommation et au crédit immobilier), elle constitue même un préalable à l'intervention du juge.

UN CHAMP D'APPLICATION TRÈS LARGE

Selon l'article L. 611-1 du même code, entrent dans ce champ « les litiges de nature contractuelle entre un consommateur et un professionnel portant sur l'exécution d'un contrat de vente ou de fourniture de services, lorsqu'au moment de sa conclusion, le consommateur réside dans le même État membre que celui du lieu d'établissement du professionnel ».

Les litiges ne remplissant pas ces critères peuvent faire l'objet d'une médiation conventionnelle classique, telle que prévue par le code de procédure civile, ou d'une conciliation.

L'article L. 611-4 du même code n'exclut du champ de la médiation de la consommation que les services « non économiques d'intérêt général » (qui recouvrent en France les services publics) ; les services de santé ; les prestataires publics de l'enseignement supérieur.

UNE MÉDIATION CONVENTIONNELLE SPÉCIFIQUE

La médiation de la consommation emprunte pour bonne part à la médiation conventionnelle.

Il s'agit d'un processus volontaire et non contraignant : les parties peuvent à tout moment s'en retirer ; ce processus préserve la liberté du consommateur non satisfait de la solution proposée par le médiateur, de se retirer du processus et de saisir le juge ; les clauses imposant aux consommateurs le recours obligatoire à la médiation sont interdites. Par ailleurs, la solution proposée par le médiateur, au cas où un accord n'est pas préalablement intervenu entre le professionnel et le consommateur, ne s'impose pas aux parties au litige. Le consommateur ou le professionnel non satisfait de cette solution peut la refuser. Il peut alors être fait appel au juge pour trancher le litige. La médiation préserve ainsi le droit du consommateur de saisir la justice en suspendant la prescription. Enfin, le processus de médiation de la consommation comme toute médiation conventionnelle est soumis au principe de confidentialité (article 21-3 de la loi du 8 février 1995). Les constatations du médiateur et les déclarations recueillies au cours de la médiation ne peuvent être divulguées aux tiers ni invoquées ou produites dans le cadre d'une instance judiciaire ou arbitrale sans l'accord des parties.

La médiation de la consommation présente toutefois des spécificités précisément définies par le législateur.

UN DROIT OUVERT AU CONSOMMATEUR ET ENGAGÉ À SA SEULE INITIATIVE

Aux termes de l'article L. 612-1 du même code : « Tout consommateur a le droit de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel. À cet effet, le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation ».

UNE MÉDIATION GRATUITE POUR LE CONSOMMATEUR ET SANS LIMITATION DE SEUIL

La médiation de la consommation se singularise par le fait que l'une des deux parties, le professionnel, désigne et rétribue le médiateur appelé à résoudre le litige qui l'oppose à l'autre partie, le consommateur, pour lequel la médiation est gratuite. Elle se distingue sur ce point nettement des autres modes alternatifs de règlement des litiges qui ne sont généralement pas gratuits pour le consommateur.

Ne sont à la charge du consommateur que :

- les frais de représentation si le consommateur souhaite se faire représenter par un avocat ou assister d'un tiers qui lui demanderait une rémunération à ce titre ; le consommateur peut aussi se faire assister par une association de consommateurs ;
- les frais d'experts si le consommateur souhaite, lors du processus de médiation, recourir à une expertise ; les frais d'expertise peuvent être partagés avec le professionnel si les deux parties ont, d'un commun accord, fait le choix de recourir à un expert.

Le consommateur peut recourir à un médiateur de la consommation quel que soit le montant du litige. Le code de la consommation ne prévoit à cet égard aucun seuil, minimal ou maximal.

UNE MÉDIATION ACCESSIBLE ET TRANSPARENTE

Le médiateur de la consommation a l'obligation de porter à la connaissance des consommateurs sur son site internet des informations relatives :

- d'une part, au médiateur : ses coordonnées, la mention de son inscription sur la liste des médiateurs de la consommation, la décision le nommant et la durée de son mandat, ses diplômes ou parcours professionnel, son appartenance, le cas échéant, à des réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers ;
- d'autre part, au processus de médiation : champ de compétence, langue utilisée, description des étapes du processus.

DES EXIGENCES RENFORCÉES CONCERNANT LES MÉDIATEURS

Aux termes de l'article L.613-1 du code de la consommation : « Le médiateur de la consommation accomplit sa mission avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable. » Il doit à cette fin « Posséder des aptitudes dans le domaine de la médiation ainsi que de bonnes connaissances juridiques, notamment dans le domaine de la consommation ».

UN PROCESSUS DE MÉDIATION PARTICULIÈREMENT ENCADRÉ

Ce processus de médiation est encadré par des délais et des modalités d'examen des saisines. Le médiateur dispose de trois semaines pour se prononcer sur l'irrecevabilité de la demande. Les cas d'irrecevabilité sont limitativement énumérés par l'article L.612-2 du code de la consommation. Si le médiateur estime la saisine recevable, il dispose de 90 jours pour mener à terme le processus de médiation, sauf si la complexité du dossier le conduit à prolonger ce délai, ce dont les parties au litige sont informées. Contrairement aux autres médiations conventionnelles qui se bornent à rapprocher les parties en vue d'un accord, le médiateur de la consommation, à défaut d'accord entre les parties, est tenu de présenter une proposition de solution.

Le processus est clôturé soit par le constat de l'accord intervenu entre les parties, soit par l'acceptation ou le refus par celles-ci de la proposition de solution formulée par le médiateur de la consommation.

UNE INSTANCE NATIONALE, LA CECMC, GARANTE DU RESPECT DES EXIGENCES ET GARANTIES PRÉVUES PAR LE CODE DE LA CONSOMMATION

UN DISPOSITIF AU SERVICE DE LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS



**Mme Virginie
BEAUMEUNIER**

Directrice générale
de la direction générale
de la concurrence,
de la consommation
et de la répression des
fraudes (DGCCRF)

La confiance des consommateurs dans leurs achats est un levier indispensable au développement d'une consommation dynamique et durable, laquelle participe à la vigueur de l'économie. La médiation de la consommation contribue au maintien de cette confiance en offrant un recours simple et aisé à tout consommateur qui serait en litige avec un professionnel à la suite de l'achat d'un produit ou d'un service, tout en permettant aux entreprises de maintenir la relation-client.

Toutefois, le dispositif de médiation de la consommation mis en place depuis le 1^{er} janvier 2016 ne peut insuffler cette dynamique qu'à la triple condition d'évoluer pour améliorer sa couverture effective des secteurs professionnels, sa visibilité pour les consommateurs, et la confiance en son efficacité.


La **couverture** des secteurs professionnels est en voie d'être atteinte. L'information relayée par les fédérations professionnelles comme par les associations de consommateurs, les contrôles effectués par les services de la DGCCRF ont permis de sensibiliser nombre de professionnels à leur obligation légale de relever d'un médiateur de la consommation. Néanmoins, il reste encore des professionnels notamment parmi les TPE-PME qui n'ont fait aucune démarche en ce sens, privant les consommateurs de la possibilité d'exercer leur droit à saisir un médiateur de la consommation.

La DGCCRF s'associe pleinement aux réflexions menées par la CECMC pour amener ces professionnels à se conformer à la loi et envisager des solutions opérationnelles permettant de parfaire la couverture des secteurs professionnels. Les travaux menés au sein de la CECMC ont permis de dégager à cette fin des propositions ambitieuses dont la mise en œuvre sera étudiée.

De même, un travail de fond doit être envisagé pour faire évoluer les professionnels vers une meilleure appropriation de la médiation de la consommation, car on observe que trop souvent, bien qu'ayant désigné un médiateur de la consommation, ceux-ci refusent d'entrer en médiation lorsqu'un consommateur fait une démarche en ce sens.

Deuxième condition essentielle au bon fonctionnement du dispositif de médiation de la consommation, l'**identification aisée** du médiateur compétent par le consommateur. Il incombe aux professionnels d'informer précisément les consommateurs des coordonnées du médiateur de la consommation dont ils relèvent. Cette information doit être donnée sur le site Internet du professionnel quand il en a un, sur ses conditions générales de vente ou de service, sur ses bons de commande ou, en l'absence de ces supports, par tout moyen approprié. Il revient à la DGCCRF de veiller au respect de cette obligation qui figure désormais parmi les points de contrôle de son programme d'enquêtes. Après une phase au cours de laquelle la DGCCRF a privilégié la pédagogie et accompagné les professionnels en tant que de besoin pour une bonne compréhension du dispositif de médiation de la consommation, les manquements relevés aboutissent désormais beaucoup plus souvent à la mise en œuvre de sanctions.

Les consommateurs peuvent désormais être « acteurs » d'une meilleure prise en compte de cette obligation grâce aux signalements qu'ils peuvent effectuer via la plateforme SignalConso.



Enfin, la préservation de la **confiance** dans ce dispositif relativement jeune constitue un troisième axe de travail. À cet égard, l'action de la DGCCRF est complémentaire de celle menée par la CECMC, qui a bien entendu un rôle moteur en ce domaine. Ses missions d'évaluation et de contrôle des médiateurs, menées avec rigueur et exigence, sont la garantie apportée tant aux consommateurs qu'aux professionnels, de l'indépendance, de l'impartialité, de la compétence des médiateurs de la consommation. Les deux récentes décisions de déréférencement prises par la CECMC illustrent sa détermination à mener pleinement le rôle qui lui est dévolu.

Dans un contexte de développement généralisé de ce mode de règlement des litiges, la médiation de la consommation, régulée et encadrée, occupe une place particulière. Le nombre croissant de consommateurs qui y ont recours montre son utilité et les attentes qu'elle suscite.

LA COMMISSION D'ÉVALUATION ET DE CONTRÔLE DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION (CECMC)

Instituée par l'article L.615-1 du code de la consommation, La CECMC est une commission administrative indépendante placée auprès du ministre chargé de l'économie.

SA DOUBLE MISSION

L'article L.615-1 précité lui assigne une double mission :

- « établir et de mettre à jour la liste des médiateurs, y compris les médiateurs publics, qui satisfont aux exigences prévues par les articles L. 613-1 à L. 613-3 » et « procéder à la notification des médiateurs inscrits sur cette liste auprès de la Commission européenne ».

Elle s'assure à cette fin que les médiateurs remplissent les conditions requises pour exercer leurs missions « avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable ».

- évaluer l'activité des médiateurs et en contrôler la régularité.

Aux termes de l'article R.615-7 du code de la consommation, « La commission évalue régulièrement les médiateurs afin de vérifier qu'ils répondent toujours aux conditions et exigences de qualité propres à l'exercice de la mission de médiateur de la consommation ».

Elle conduit des contrôles, soit à son initiative, soit à la suite de signalements. Dans des cas exceptionnels, ces contrôles peuvent conduire au retrait de médiateurs de la liste notifiée à la Commission européenne si ces médiateurs ne satisfont pas ou ne satisfont plus aux conditions au vu desquelles ils ont été référencés.

Les missions de la CECMC sont bien articulées avec celle de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) à qui il incombe de contrôler que les professionnels ont bien mis en place un dispositif de médiation à travers l'obligation qui leur est faite de communiquer aux consommateurs les coordonnées du médiateur de la consommation dont ils relèvent.

SA COMPOSITION

La CECMC est composée de magistrats, de personnalités qualifiées, de représentants d'associations nationales de consommateurs ainsi que de représentants d'organisations professionnelles (article R. 615-1 du code de la consommation). Ses membres sont nommés par arrêté du ministre de l'Économie pour une durée de trois ans renouvelables (arrêtés des 25 mars 2019 et 17 décembre 2020). La présidence et la vice-présidence sont assurées soit par un conseiller d'État soit par un conseiller à la Cour de cassation.

SON FONCTIONNEMENT

La CECMC se réunit en moyenne une fois par mois soit en formation plénière soit en formation restreinte. Elle peut auditionner les personnes candidates à la qualité de médiateur et délibère collégalement. Elle peut se faire assister par des experts indépendants. Elle peut entendre toute personne et se faire communiquer tout document en vue de l'accomplissement de sa mission.

UN DISPOSITIF HARMONISÉ AU PLAN EUROPÉEN

Le dispositif national est issu de la transposition de la directive du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation qui vise à renforcer la confiance des consommateurs et à favoriser le développement des achats en offrant aux consommateurs européens, sur tout le territoire de l'Union européenne, le même degré de garantie sur les médiateurs et le processus de médiation. La Commission européenne a créé parallèlement une plateforme de règlement en ligne des litiges portant sur des achats effectués sur internet qui peut être saisie par tout consommateur quel que soit le lieu d'implantation du professionnel sur le territoire de l'Union européenne. Elle met à la disposition des consommateurs sur son site la liste des médiateurs agréés dans les différents États-membres.

D'harmonisation minimale, cette directive laisse aux États-membres d'assez grandes marges de manœuvre dans le choix et la nature des entités de médiation, le caractère contraignant ou volontaire du processus et son accès gratuit ou payant pour les consommateurs.



**Mme Marie-Paule
BENASSI**

Chef d'unité
« recours et mise en
œuvre du droit des
consommateurs »
- Commission
européenne

LES PERSPECTIVES EUROPÉENNES

En novembre 2020, la Commission européenne a adopté le Nouvel Agenda du Consommateur qui est une feuille de route pour la politique des consommateurs lors des cinq prochaines années. Cet Agenda est structuré autour d'un petit nombre de priorités dont la mise en œuvre de la législation « consommateur » et la simplification des recours.

Dans ce cadre, la Commission entend promouvoir davantage le règlement extrajudiciaire des litiges (REL) et vient d'entamer une réflexion sur les forces et faiblesses de la directive n° 2013/11/EU. En septembre 2021, la Commission invitera les plus de 400 organes de REL de l'UE et d'autres parties prenantes à participer à une grande assemblée virtuelle. Les objectifs seront de :

- faciliter le partage des bonnes pratiques et le réseautage ;
- discuter des défis auxquels les organes de REL ont été confrontés au cours de la pandémie et de ceux qui se présentent avec des marchés de plus en plus numériques ;
- réfléchir à la manière de rendre les mécanismes de REL plus efficaces afin d'attirer davantage de consommateurs et de professionnels.

Par la suite, la Commission européenne mènera une évaluation approfondie de l'application de la directive n° 2013/11/EU.

Alors que les effets de la pandémie vont certainement continuer à peser sur les économies des pays de l'UE pendant plusieurs années, il est important que les consommateurs se sentent en confiance et bien protégés pour que la consommation et le tourisme reprennent. L'efficacité des mécanismes REL sera, de ce fait, un élément important de la reprise économique.



**Mme Camille
BERTRAND**

Juriste au Centre européen de la consommation (CEC), conseillère du point de contact français – Point de contact français de la plateforme RLL

LA PLATEFORME EUROPÉENNE DE RÉOLUTION EN LIGNE DES LITIGES (RLL)

■ Qu'est-ce que la plateforme européenne de Résolution en Ligne des Litiges (RLL ou ODR pour online dispute resolution en anglais) ?

En application du règlement européen n° 524/2013, la Commission européenne a mis en place en 2016 une plateforme européenne pour faciliter la résolution amiable des litiges du commerce électronique. Cette plateforme peut permettre à un consommateur et au professionnel européen avec qui il est en litige de trouver un organisme de règlement en ligne des litiges. 416 organismes européens sont référencés sur la plateforme. Pour la France, ce sont les médiateurs de la consommation référencés par la CECMC et notifiés à la Commission européenne qui y sont mentionnés.

■ Quel est le rôle du Point de contact national ?

Il existe un point de contact ODR (online dispute resolution) dans chaque pays de l'UE, ainsi qu'en Islande, en Norvège et au Lichtenstein. Le point de contact a pour mission de répondre aux questions techniques concernant l'utilisation de la plateforme européenne. Il explique par exemple aux consommateurs et aux professionnels les étapes de la procédure, le processus pour introduire une plainte, etc. Il réoriente aussi les consommateurs vers des instances compétentes si la procédure n'aboutit pas et renseigne les professionnels sur leurs obligations en matière de médiation.

Le point de contact français aide également les médiateurs à utiliser la plateforme et répond à leurs difficultés techniques. En 2020, nous avons par exemple été questionnés sur comment changer ses coordonnées sur la plateforme, comment proposer une solution ou encore comment être rattaché à la plateforme. Nous réorientons également les médiateurs qui souhaiteraient un accès à la plateforme ou être notifiés. Pour une notification, nous les adressons à la CECMC. Le point de contact est aussi un relais d'information ou de demandes spécifiques entre la Commission européenne et les médiateurs (appel à projet par exemple).

Depuis le 1^{er} janvier 2020, le Centre Européen de la Consommation a été nommé point de contact français pour la plateforme RLL. Cette association franco-allemande basée à la frontière Strasbourg/Kehl, héberge plusieurs services européens dont le point de contact allemand pour la plateforme RLL.

■ Quel est le bilan 2020 du point de contact français ?

En 2020, nous avons reçu et traité 3 405 demandes d'informations. 87 % provenaient de consommateurs, français essentiellement. La majorité des demandes reçues ne concernait pas l'utilisation de la plateforme ni un dossier enregistré sur celle-ci mais exprimait un besoin de conseil juridique ou de contacter le service clients du professionnel. Sur la totalité des demandes des consommateurs, quatre secteurs litigieux se distinguaient : les passagers aériens, le voyage à forfait, les services bancaires et les services d'hébergement.

■ Point de contact

odr-france@cec-zev.eu

VOUS ÊTES CONSOMMATEUR : QUE FAIRE ?

QUAND SAISIR LE MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION ?

Tout consommateur peut saisir le médiateur de la consommation quand il n'est pas parvenu à résoudre un litige directement avec le professionnel concerné et sous réserve de ne pas avoir préalablement saisi la justice.

Après s'être adressé au professionnel, et si la réponse du professionnel ne satisfait pas le consommateur ou si le professionnel ne lui répond pas dans les deux mois à compter de l'envoi de la réclamation, le consommateur peut saisir le médiateur compétent. Le consommateur doit prouver qu'il a tenté préalablement de résoudre directement son litige avec le professionnel, il lui est vivement recommandé d'acter par écrit (courrier ou courriel) la réclamation faite au professionnel en prenant soin de rappeler les circonstances qui ont donné lieu au litige et de garder copie de cet écrit.

La saisine doit être effectuée dans le délai maximal d'un an à compter de la réclamation écrite du consommateur auprès du professionnel.

QUEL MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION PEUT ÊTRE SAISI ?

Les coordonnées du ou des médiateurs désigné(s) par le professionnel figurent sur son site Internet si celui-ci en a un, sur ses conditions générales de vente, ou sur ses bons de commande. En l'absence de ces documents écrits, le professionnel est tenu d'informer le consommateur sur tout autre support adapté, par exemple une information visible sur le lieu de vente.

Ces informations doivent également être communiquées par le professionnel au consommateur lorsque le litige n'aura pu être résolu dans le cadre d'une réclamation préalable.

Le médiateur de la consommation doit avoir été référencé par la CECMC et son nom notifié à ce titre auprès de la Commission européenne, ce qui garantit que ce médiateur présente les qualités exigées par le code de la consommation. Le consommateur peut s'assurer que le médiateur proposé par le professionnel est bien référencé en vérifiant qu'il figure dans la liste des médiateurs de la consommation sur le site de la CECMC : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso> et sur le site internet de la Commission européenne de règlement en ligne des litiges : <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/> dans l'onglet « Organismes de règlement des litiges ».

Le consommateur trouvera, sur le site internet du médiateur de la consommation, toutes les informations essentielles notamment sur les qualités de ce médiateur, le champ de ses compétences et le déroulement de son dispositif de médiation.


COMMENT SAISIR LE MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION ?

Le consommateur peut saisir le médiateur de la consommation :

- en ligne : chaque médiateur doit disposer de son propre site internet qui permet de déposer en ligne une demande de médiation accompagnée des documents justificatifs ;
- ou par voie postale.

COMMENT SE DÉROULE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION ?

Il est rappelé que le consommateur peut se faire représenter par un avocat ou assister par une personne de son choix, ou une Association de consommateurs, à tous les stades de la médiation.



Le médiateur, une fois saisi, va procéder en trois étapes :

PREMIÈRE ÉTAPE

Le médiateur examine la recevabilité de la saisine du consommateur. Il n'acceptera la demande de médiation du consommateur, conformément à l'article L.612-2 du code de la consommation, que si :

- le consommateur justifie avoir tenté au préalable de résoudre le litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite ;
- la demande du consommateur n'est pas manifestement infondée ou abusive ;
- le litige n'a pas été précédemment examiné ou n'est pas en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal ; en effet, un litige ne peut faire l'objet que d'une seule médiation. Seul le secteur de l'énergie fait exception à la règle : le médiateur national de l'énergie peut être saisi si le consommateur n'est pas satisfait de la réponse apportée, pour le même litige, par le médiateur d'ENGIE ou celui d'EDF ;
- la demande de médiation du consommateur a été introduite dans un délai maximal d'un an à compter de la date de réclamation écrite du consommateur auprès du professionnel ;
- le litige entre bien dans son champ de compétence.

Si le dossier du consommateur n'est pas recevable, le médiateur l'en informe dans un délai de 3 semaines au plus à compter de la date de saisine. En fonction du motif de non-recevabilité, le consommateur pourra, selon les cas, soit contacter le professionnel pour tenter une résolution amiable préalable de son litige, soit saisir un tribunal ou encore s'en remettre à la décision qui sera rendue par la justice si celle-ci avait été préalablement saisie.

DEUXIÈME ÉTAPE

Si le dossier est recevable, le médiateur notifie par écrit (par voie électronique ou postale) sa saisine au consommateur et au professionnel et leur demande s'ils acceptent le principe de la médiation

Si tel est le cas, le processus de médiation peut débuter. La notification du médiateur rappelle aux parties :

- qu'elles peuvent à tout moment se retirer de la médiation, la médiation étant un processus volontaire ;
- qu'elles sont libres d'accepter ou de refuser la proposition qu'il pourra être amené à leur faire ;
- que la solution qu'il proposera pourra différer de la décision que pourrait rendre un juge ;
- que l'acceptation de sa proposition ne permet plus de saisir la justice, à l'exception du cas où certaines informations auraient été dissimulées ou si des éléments nouveaux venaient à être produits.

À compter de cette notification, le médiateur dispose de 90 jours pour traiter le dossier. Le médiateur peut prolonger ce délai à tout moment en cas de litige complexe. Il en avise, alors, immédiatement les parties.

Si le professionnel refuse d'entrer en médiation, il en informe au plus vite le médiateur en justifiant son refus. Le médiateur informe le consommateur de ce refus.

TROISIÈME ÉTAPE

À l'issue du processus de médiation, deux cas peuvent se présenter :

- le médiateur constate un accord entre le professionnel et le consommateur qui met fin au litige : le médiateur en prend généralement acte par écrit et la médiation est alors close ;
- le professionnel et le consommateur ne parviennent pas à trouver un accord : en ce cas, le médiateur leur propose une solution qu'ils seront libres d'accepter ou non. Si les parties acceptent cette solution, le médiateur en prendra acte par écrit et la médiation sera close. Si les parties ne l'acceptent pas, le médiateur en fait le constat et clôt la médiation. Si l'une des parties reste silencieuse à la proposition de solution du médiateur, il convient, alors, de se référer aux modalités mises en place, en cette hypothèse, par le médiateur et dont doivent être informées les parties.

En cas d'acceptation et d'exécution effective de la proposition du médiateur de la consommation, la médiation est close et les parties ne pourront plus saisir la justice à moins que de nouveaux éléments ne soient produits au dossier. Il convient de rappeler que l'accord entre les parties n'a pas de force exécutoire en lui-même et repose sur leur seule volonté de se conformer à la solution qu'elles ont acceptée. Pour donner force exécutoire à l'accord, les parties n'ont d'autre moyen que de saisir le juge aux fins de demander son homologation.

Si la proposition du médiateur est acceptée mais n'est pas exécutée par l'une des parties, l'autre partie peut saisir la justice pour trancher le litige.

En cas de refus de la proposition du médiateur par l'une des deux parties, la médiation est close ; il peut être fait appel au juge pour trancher le litige.

En cas de silence de l'une des parties, la proposition du médiateur est considérée comme non acceptée par celle-ci et la médiation prend fin. La CECMC a admis dans certaines circonstances particulières que le silence pouvait être interprété comme une acceptation.

62

Rapport
d'activité
de la
CECMC
2019-2021

A QUI S'ADRESSER EN CAS DE DYSFONCTIONNEMENT ?

Tout consommateur qui constaterait certains dysfonctionnements dans le déroulement du processus de médiation (non-communication d'un écrit sur le caractère recevable ou non de la saisine, délai de 90 jours dépassé sans information préalable, impossibilité de contacter le médiateur...) est invité à en informer la CECMC¹.

LE CAS PARTICULIER DE LA TRANSACTION

La CECMC souligne que le recours par les parties à la transaction, pour donner force contraignante à un accord issu d'une médiation de la consommation, n'entre pas dans la mission du médiateur de la consommation. En effet, ce n'est pas à celui-ci d'inciter les parties à conclure une transaction dont les conditions, les modalités, l'esprit et les effets juridiques sont tout à fait distincts de ceux de la médiation de la consommation. La transaction suppose que les deux parties fassent des concessions réciproques. Elle s'impose aux parties : les parties qui ont signé une transaction ne peuvent revenir sur celle-ci, car elle a « l'autorité de la chose jugée en dernier ressort » (article 2052 du code civil). La transaction ne peut être remise en cause unilatéralement que dans des cas très rares, par exemple en démontrant le dol. Enfin, le contenu de la transaction doit être déterminé par les seules parties, sans l'intervention du médiateur.

¹ Adresse : CECMC – DGCCRF, 59 boulevard Vincent Auriol, Teledoc 063, 75703 PARIS Cedex 13

VOUS ÊTES PROFESSIONNEL : QUELLE EST VOTRE SITUATION ? QUELS SONT VOS DEVOIRS ET OBLIGATIONS ?

La CECMC rappelle que deux principales obligations s'imposent au professionnel en matière de médiation de la consommation. En contrepartie, la loi lui laisse le choix du médiateur de la consommation dont il souhaite relever.

LES OBLIGATIONS LÉGALES IMPOSÉES AUX PROFESSIONNELS

■ Garantir au consommateur un recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation

Depuis le 1^{er} janvier 2016, chaque professionnel doit permettre à tout consommateur d'accéder à un dispositif de médiation de la consommation en vue de la résolution amiable de tout éventuel litige. Cette obligation résulte de l'article L.612-1 du code de la consommation.

Pour répondre à cette obligation, le professionnel doit choisir un médiateur de la consommation parmi ceux inscrits sur la liste des médiateurs prévue à l'article L.615-1 du code de la consommation et adhérer à son dispositif de médiation de la consommation après s'être assuré que les modalités de cette adhésion et son coût correspondent aux besoins de son entreprise.

La liste des médiateurs de la consommation référencés par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC) est consultable sur le site internet du ministère de l'économie à l'adresse suivante : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso>

■ Permettre au consommateur un accès aisé à la médiation de la consommation en lui communiquant toutes les informations utiles pour s'adresser au médiateur de la consommation choisi par le professionnel

Conformément aux articles L. 616-1 et R. 616-1 du code de la consommation, tout professionnel doit communiquer au consommateur les coordonnées du ou des médiateurs compétents dont il relève. Il est également tenu de fournir cette même information, dès lors qu'un litige n'a pas pu être réglé dans le cadre d'une réclamation préalable directement introduite auprès de ses services.

Le nom et les coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont il relève doivent être inscrits de manière visible et lisible :

- sur son site internet, s'il dispose d'un tel support ;
- sur ses conditions générales de vente ou de service ;
- sur ses bons de commande ;
- par tout autre moyen approprié, en l'absence de tels supports.

Il doit également mentionner l'adresse du site internet de ce ou de ces médiateur(s), afin de permettre un accès aisé du consommateur au dispositif de médiation de ce ou ces derniers.

Lors de la conclusion d'un contrat écrit, le professionnel doit informer le consommateur de la possibilité de saisir, en cas de litige, le ou les médiateurs qu'il a désigné(s).

Si le professionnel procède à de la vente en ligne, il doit également indiquer sur son site internet (article 14.1 du règlement (UE) n° 524/2013 du parlement européen et du conseil du 21 mai 2013) :

- le lien électronique vers la plateforme de règlement en ligne des litiges (RLL) : <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/>. Ce lien doit être aisément accessible aux consommateurs ;
- son adresse électronique.

SANCTIONS : Le non-respect de l'obligation d'information par le professionnel (articles L.616-1 et L.616-2 du code de la consommation) est susceptible d'une sanction administrative (avertissement, injonction ou amende administrative dont le montant encouru ne peut excéder 3 000 euros pour une personne physique et 15 000 euros pour une personne morale).

LE CHOIX DU MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION PAR LE PROFESSIONNEL

■ Le libre choix par le professionnel de son médiateur

Pour répondre aux deux obligations qui viennent d'être évoquées, le professionnel a le choix du type de médiation de la consommation dont il souhaite relever. Il peut ainsi soit :

- être rattaché à un médiateur public sectoriel, si celui-ci existe dans le secteur professionnel concerné ;
- désigner le médiateur de la fédération dont il est, le cas échéant, adhérent ;
- mettre en place un médiateur d'entreprise tout en garantissant sa totale indépendance ;
- signer une convention avec une association ou société de médiateurs inscrite sur la liste des médiateurs de la consommation.

■ Un médiateur de la consommation référencé par la CECMC

Dans tous les cas, le médiateur dont le professionnel souhaite relever doit avoir été inscrit par la CECMC sur la liste des médiateurs de la consommation qui est consultable à l'adresse suivante : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso> (liste par secteur professionnel et liste par catégorie de médiation de la consommation).

■ Les modalités d'adhésion à un dispositif de médiation de la consommation

Hormis le cas particulier du médiateur public, la désignation d'un médiateur suppose soit :

- l'adhésion à une fédération, permettant un accès à la médiation mise en place par celle-ci au profit des seuls adhérents ;
- l'adhésion au seul service de médiation d'une fédération selon les conditions fixées pour les professionnels non-adhérents ;
- la signature d'une convention entre le professionnel et une association ou société de médiateurs référencée.

Cela signifie que le professionnel ne peut pas, de sa seule initiative, mentionner un médiateur de la consommation s'il ne l'a pas contacté préalablement pour conclure une convention avec lui ou s'il n'a pas pris contact avec une fédération pour connaître et accepter les conditions de recours à son médiateur de la consommation.

CONSEIL PRATIQUE : le professionnel est vivement encouragé à consulter la liste des médiateurs référencés par la CECMC et à les contacter pour connaître leurs conditions financières (forfait global ou paiement à l'acte de médiation, tarif horaire ou non selon la complexité du dossier...). Le professionnel doit apprécier quels sont les médiateurs les plus adaptés à son statut et qui répondraient le mieux à ses attentes en termes, notamment, de connaissance du secteur professionnel qui est le sien et en fonction de la fréquence et de la nature des litiges qu'il rencontre avec des consommateurs.

CHOIX D'UN MÉDIATEUR FIGURANT SUR LA LISTE DE LA COMMISSION EUROPÉENNE

Le professionnel a la possibilité de choisir une entité de résolution extrajudiciaire des litiges (REL) implantée dans un État membre de l'Union européenne sous réserve qu'elle soit inscrite sur la liste de la Commission européenne publiée sur son site : <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/> dans l'onglet « Organismes de règlement des litiges » (liste par pays).

Le professionnel doit s'assurer toutefois que cette entité est en mesure de traiter des litiges de consommation en langue française afin de permettre l'accès effectif de ses clients-consommateurs à un dispositif de résolution extrajudiciaire des litiges de consommation.

ATTENTION !

Le professionnel ne peut pas choisir, sans contacts préalables, un médiateur sur la liste publiée sur le site internet : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso>, au seul motif que ce médiateur interviendrait dans son secteur professionnel.

La mention sur son site internet, sur ses conditions générales de vente ou de service et sur ses bons de commande, de l'adresse internet de la plateforme européenne de résolution en ligne des litiges ne peut se substituer à l'obligation qui incombe au professionnel de relever d'un médiateur de la consommation.

LES TEXTES APPLICABLES

DIRECTIVE N° 2013/11/UE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL DU 21 MAI 2013

RÈGLEMENT (UE) N° 524/2013 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL DU 21 MAI 2013

CODE DE LA CONSOMMATION - LIVRE VI, TITRE 1^{ER} - PARTIE LÉGISLATIVE

CODE DE LA CONSOMMATION - LIVRE VI, TITRE 1^{ER} - PARTIE RÉGLEMENTAIRE

Médiation de la consommation – site du Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique - <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso/processus-de-mediation-de-la-consommation>

Processus de médiation de la consommation

B01 - Suspension de la prescription de l'action en justice

En application des dispositions de l'article 2238 du code civil, la prescription est suspendue à compter de la date de notification aux parties de la recevabilité de la saisine, cette notification devant en faire expressément mention.

La prescription recommence à courir, pour une durée qui ne peut être inférieure à six mois, à compter de la date de notification de la solution proposée par le médiateur aux parties en application de l'article R. 612-4 du code de la consommation.

(CECMC, plénière, 16 juillet 2019).

B02 - Caractère volontaire de la médiation de la consommation

Le caractère volontaire de la médiation de la consommation conduit à prohiber toute clause obligeant le consommateur, en cas de litige, à recourir obligatoirement à une médiation préalablement à la saisine du juge. Il implique également, le droit pour le professionnel de refuser d'entrer en médiation, ainsi que le droit, pour chacune des parties au litige, de se retirer à tout moment du processus ou de refuser la solution proposée par le médiateur.

B02-1 Prohibition de la clause de recours obligatoire à la médiation de la consommation

L'article L. 612-4 du code de la consommation dispose « qu'est interdite toute clause ou convention obligeant le consommateur en cas de litige, à recourir obligatoirement à une médiation préalablement à la saisine du juge ».

Par conséquent, le consommateur ne peut être contraint par une clause du contrat le liant à un professionnel à recourir à la médiation de la consommation. Une telle clause illicite serait nulle.

(CECMC, plénière, 8 juillet 2020).

B02-2 Obligation légale de tenter une médiation de la consommation préalablement à la saisine du juge judiciaire

Dans un arrêt du 14 juin 2017, la Cour de justice de l'Union européenne a admis la faculté, pour les États membres, de rendre obligatoire la médiation de la consommation avant la saisine d'un juge sous réserve que soient remplies les cinq conditions suivantes :

- les délais de prescription ne doivent pas expirer pendant cette période ;
- les parties peuvent se retirer du processus de médiation à tout moment ;
- le recours à la médiation ne génère pas trop de frais pour les parties ;
- la voie électronique n'est pas l'unique voie d'accès au médiateur ;
- l'assistance d'un avocat n'est pas obligatoire.

La France s'est inscrite dans cette voie, dans le but de promouvoir la médiation comme mode de résolution des litiges alternatif à l'action judiciaire. C'est ainsi que l'article 4 de la loi n° 2016-1547 du 18 novembre 2016 de modernisation de la justice du XXI^e siècle, dans sa rédaction résultant du II de l'article 3 de la loi n° 2019-222 du 23 mars 2019 de programmation 2018-2022 et de réforme pour la justice, prévoit que « Lorsque la demande tend au paiement d'une somme n'excédant pas un certain montant [...], la saisine du tribunal judiciaire doit, à peine d'irrecevabilité que le juge peut prononcer d'office, être précédée, au choix des parties, d'une tentative de conciliation menée par un conciliateur

de justice, d'une tentative de médiation, telle que définie à l'article 21 de la loi n° 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et à la procédure civile, pénale et administrative [...] ».

B02-3 Principe du caractère volontaire de l'entrée en médiation

Ce caractère volontaire s'applique aussi bien au consommateur qu'au professionnel à qui il appartient seulement, en application de l'article L.612-1 du code de la consommation, de garantir au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation.

Il résulte de ce caractère volontaire que les parties ont la faculté de se retirer à tout moment du processus de médiation sans avoir à en motiver la raison (article R.612-2 du code de la consommation).
(CECMC, plénière, 8 juillet 2020).

B02-4 Constat du refus du professionnel d'entrer en médiation

Il résulte du caractère volontaire de la médiation, qu'après réception de la notification de la saisine du médiateur, le professionnel est libre d'accepter ou de refuser d'entrer en médiation.

Le code de la consommation ne précisant pas les modalités d'expression de ce refus, la CECMC recommande au médiateur de constater explicitement ce refus, par exemple en mentionnant dans le courrier de notification de la saisine du médiateur que le silence du professionnel pendant XX jours sera interprété comme un refus, ou en adressant un courrier de relance au professionnel lui indiquant que son silence persistant sera interprété comme un refus.
(CECMC, plénière, 9 octobre 2020).

B02-5 Refus systématique du professionnel d'entrer en médiation

Aux termes de l'article L.612-1 du code de la consommation, « le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation ».

En cas de refus systématique ou réitéré d'un professionnel d'entrer en médiation, le médiateur est invité à en demander les raisons au professionnel afin de vérifier que le professionnel met réellement tout en œuvre pour garantir un recours effectif à son dispositif de médiation. Le médiateur peut également faire mention dans son rapport d'activité de ces refus systématiques et de leurs causes.
(CECMC, plénière, 9 octobre 2020).

B02-6 Refus généralisé des professionnels d'un secteur d'activité d'entrer en médiation

Garante du bon fonctionnement des dispositifs de médiation de la consommation français inscrits sur la liste de la Commission européenne, la CECMC indique dans son rapport d'activité les secteurs d'activité dans lesquels est constaté un refus généralisé des professionnels d'entrer en médiation, après avoir échangé, le cas échéant, avec l'organisation professionnelle ou l'association de médiateurs concernés pour en connaître les raisons.
(CECMC, plénière, 9 octobre 2020).

B02-7 Assistance et représentation du consommateur

S'agissant de la représentation du consommateur, il résulte du 3° de l'article R. 612-1 du code de la consommation qu'elle peut être assurée par un avocat ou par tout tiers.

S'agissant de l'assistance du consommateur, celle-ci peut être opérée par tout tiers, notamment une association de consommateurs, à tous les stades de la médiation sans qu'un mandat du consommateur ne soit nécessaire.

(CECMC, plénière, 13 décembre 2023)

B03 - Caractère confidentiel de la médiation de la consommation

L'article L. 612-3 du code de la consommation dispose que la médiation des litiges de consommation est soumise à l'obligation de confidentialité prévue par l'article 21 -3 de la loi n° 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et à la procédure civile, pénale et administrative.

L'alinéa 2 de l'article 21-3 de la loi n°95-125 du 8 février 1995 précitée précise que « les constatations du médiateur et les déclarations recueillies au cours de la médiation ne peuvent être divulguées aux tiers ni invoquées ou produites dans le cadre d'une instance judiciaire ou arbitrale sans l'accord des parties... ».

Conformément à l'interprétation retenue par la cour d'appel de Paris[1] et confirmée par un arrêt du 9 juin 2022 de la Cour de cassation[2], la commission considère que cette obligation de confidentialité s'étend à la proposition de solution que le médiateur transmet aux parties en application de l'article R. 612-4 du code de la consommation:

Dans sa décision précitée, la Cour de cassation juge en effet « qu'en dehors des cas dérogatoires prévus par la loi, l'atteinte à l'obligation de confidentialité de la médiation impose que les pièces produites sans l'accord de la partie adverse, soient, au besoin d'office, écartées des débats par le juge. »

L'obligation de confidentialité ainsi attachée à une tentative préalable de médiation s'étend de la décision de recevabilité de la saisine du médiateur de la consommation jusqu'à la proposition de solution du médiateur (Cf. Lettre de la chambre[3]) En revanche, les décisions qui sont un préalable à la conduite des médiations telles que les refus d'entrer en médiation ou le retrait de l'une ou l'autre des parties en cours de médiation ne sont pas soumises à la confidentialité de la médiation.

(CECMC, plénière, 26 mai 2021 ; CECMC, plénière, 13 mars 2023)

Sur l'Inopposabilité du principe de confidentialité à la CECMC (cf. Fiche E01)

[1] CA Paris, 9ème chambre, 4ème pôle, 8 octobre 2020.

[2] Cour cass. Deuxième chambre civile, pourvoi n° 19-21.798.

[3] <https://www.courdecassation.fr/publications/lettre-de-la-deuxieme-chamb...>

B04 - Recevabilité des demandes de médiation de la consommation

B04-1 Obligation préalable de saisir le professionnel d'une réclamation écrite

Aux termes de l'article L. 612-2 du code de la consommation : « Un litige ne peut être examiné par le médiateur de la consommation lorsque : / 1° Le consommateur ne justifie pas avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat (...) »

Conformément au caractère volontaire de l'entrée en médiation qui implique que le consommateur conserve en permanence la maîtrise de son action, il incombe au médiateur, au cas où le consommateur ne justifie pas de la réclamation préalable mentionnée ci-dessus :

- soit d'inviter le consommateur à accomplir cette démarche auprès du service clientèle concerné en lui fournissant toute information de nature à faciliter cette démarche ;
- soit de transmettre directement la demande du consommateur au service clientèle du professionnel, sous réserve que le consommateur ait donné son accord ou n'ait pas manifesté son opposition après en avoir été informé par écrit par le médiateur.

Afin de faciliter l'accès du consommateur à la médiation, la CECMC recommande aux médiateurs d'admettre la recevabilité des saisines deux mois après que le consommateur a transmis sa réclamation écrite préalable au professionnel quel que soit le service saisi.

(CECMC, plénière, 17 juillet 2019 ; CECMC Plénière, 13 octobre 2021).

B04-2 Modalités d'examen de la recevabilité

2.1 Les conditions de recevabilité prévues à l'article L. 612-2 du code de la consommation sont d'acception stricte

2-1-1 Aucune autre condition ne peut être opposée au consommateur.

Il n'est ainsi pas possible de demander au consommateur de vérifier si son dossier est complet pour le déclarer recevable.

C'est au médiateur de la consommation seul qu'il revient d'apprécier si le dossier est complet ou non et, dans la négative, de demander tout document complémentaire au consommateur.

2-1-2 Le 2° de l'article L.612-2 du code de la consommation dispose qu'«un litige ne peut être examiné par le médiateur de la consommation lorsque la demande est manifestement infondée ou abusive ».

Doivent être notamment regardés comme manifestement infondées ou abusives les demandes « fantaisistes ou vexatoires » au sens de l'article 5-4 de la directive 2013/11/UE du 21 mai 2013.

2-1-3 Aux termes du 3° du même article L.612-2, la demande n'est pas recevable « lorsque le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal ».

L'irrecevabilité n'est toutefois pas opposable par le médiateur dans les deux cas suivants :

- lorsque le litige a été examiné ou est en cours d'examen par un conciliateur de justice ;
- lorsque le consommateur a saisi des faits litigieux le procureur de la République, la demande ne pouvant être regardée comme examinée ou en cours d'examen par un tribunal. En effet, le seul dépôt d'une plainte auprès du procureur n'implique pas nécessairement que des poursuites pénales seront engagées, le procureur étant seul maître de l'opportunité des poursuites. Par ailleurs, le procureur de la République ne tranche pas lui-même les litiges. Enfin, la Cour européenne des droits de l'homme a estimé que le procureur de la République ne peut être regardé comme une "autorité judiciaire" au sens de la convention européenne des droits de l'homme, faute en particulier d'indépendance par rapport au pouvoir exécutif (v. Cour EDH 10 juillet 2008, req n° 3394/03, *Medvedyev c. France*, pt 61.) (*CECMC, 24 mai 2019 ; CECMC, plénière, 13 mars 2023*).

2.2 Les justificatifs demandés doivent être strictement nécessaires à l'étude de la recevabilité

Seuls les documents strictement nécessaires à l'étude de la recevabilité de la demande au sens des articles L. 612-2 et L. 611-1 du code de la consommation peuvent être exigés du consommateur.

Dans le cas où le consommateur ne disposerait plus d'un document (lettre de réclamation adressée au professionnel, contrat...), il est loisible au médiateur de la consommation de le demander au professionnel.

Une fois la saisine déclarée recevable, il appartient au médiateur de la consommation de demander aux parties tout document complémentaire lui permettant d'apprécier au mieux le litige. (*CECMC, plénière, 18 octobre 2019*).

2.3 Les clauses prévoyant l'exclusion de certains litiges du champ de compétence du consommateur doivent être limitées et clairement énumérées

La compétence du médiateur dans son ou ses domaines d'activité doit être générale. Les litiges éventuellement exclus de son champ de compétence ne peuvent être que limités et doivent être

clairement énumérés dans le descriptif de son champ de compétence. Il ne peut y avoir de clauses d'exclusion à caractère général.

(CECMC plénière 13 octobre 2021)

B04-3 Examen de la recevabilité assuré par le médiateur de la consommation ou sous sa responsabilité

3.1 Le professionnel ne peut pas être associé à l'examen de la recevabilité

La recevabilité d'un dossier relève de la seule compétence du médiateur de la consommation. Elle ne saurait être examinée conjointement avec le professionnel ou son représentant. Si dans le cadre de l'instruction de la saisine, il est loisible au médiateur de solliciter du professionnel des précisions sur des éléments du dossier qui feraient défaut, le médiateur demeure seul responsable de l'appréciation, à la fois, des litiges entrant dans le champ d'application de la médiation de la consommation en application de l'article L.611-3 du code de la consommation et de la recevabilité de la saisine au regard des disposition de l'article L.612-2 du même code.

Le professionnel, qui est partie à l'éventuelle médiation, ne saurait interférer dans cette appréciation.
(CECMC, plénière, 8 octobre 2018).

3.2 Le traitement de la recevabilité des demandes de médiation peut être adapté en fonction du nombre des saisines

Il est loisible au médiateur saisi d'un nombre particulièrement important de demandes d'adapter en conséquence le traitement interne de leur recevabilité en en déléguant la charge à ses collaborateurs. Toutefois, l'activité de ces derniers s'exerce sous sa seule responsabilité : les décisions relatives à la recevabilité des saisines constituent en effet une prérogative propre du médiateur. Les tâches ainsi déléguées aux collaborateurs doivent être précisément encadrées par le médiateur de la consommation.

(CECMC, plénière, 17 juillet 2019)

3.3 Les délégations de signature sont possibles sous la responsabilité du médiateur de la consommation

Le médiateur de la consommation a la faculté de déléguer à des collaborateurs la signature de courriers, à l'exception de ceux qui ne peuvent relever que de son appréciation personnelle, concernant notamment l'irrecevabilité des saisines et les solutions proposées pour régler le litige.

Toute délégation de signature envisagée doit faire l'objet d'un accord préalable de la CECMC.

La CECMC examine le profil et les compétences des collaborateurs auxquels le médiateur souhaite déléguer sa signature afin de s'assurer qu'ils disposent des compétences requises pour signer les courriers qui leur sont confiés. Elle examine également la méthodologie définie par le médiateur pour encadrer et contrôler les tâches déléguées à ses collaborateurs.

(CECMC, 24 mai 2019 ; CECMC plénière 13 octobre 2021)

3.4 Le traitement de la recevabilité ne peut pas être confié à un prestataire externe

Seules des tâches administratives répétitives (réception et enregistrement des courriers, numérisation et envoi des dossiers au médiateur, ainsi que leur archivage) peuvent être confiées à un prestataire externe. Dans cette hypothèse, ce dernier est soumis à l'obligation de confidentialité énoncée à l'article L612-3 du code de la consommation. En revanche, les tâches qui participent du processus de décision, comme les décisions de recevabilité des saisines ou les notifications adressées aux professionnels et aux consommateurs, ne peuvent relever que du médiateur de la consommation.

(CECMC, plénière, 17 avril 2019)

B04-4 Décision motivée du médiateur de la consommation déclarant une saisine irrecevable

Les décisions par lesquelles le médiateur rejette des demandes de médiation pour irrecevabilité, en application du dernier alinéa de l'article L.612-2, sont motivées.

(CECMC, plénière, 24 février 2017)

B05 - Conventions conclues entre les associations ou sociétés de médiateurs et les professionnels

La convention est un document contractuel signé entre une association ou société de médiateurs et un professionnel. Ce document décrit les conditions dans lesquelles le médiateur de la consommation effectuera sa prestation de médiation de la consommation et rappelle les principes régissant celle-ci. La liste des médiateurs, personnes physiques travaillant pour le compte de l'entité de médiation et affectés au suivi de la convention, ainsi que le déroulement du processus de médiation y sont annexés.

B05-1 Validation des conventions-cadres par la CECMC, préalable nécessaire à leur mise en œuvre

Les conventions-cadres conclues par les entités de médiation comportent une clause précisant qu'elles le sont pour une durée de trois ans à compter de leur signature « sous réserve de leur validation par la CECMC ».

Afin de faciliter la tâche des entités de médiation, la CECMC propose un modèle type de convention-cadre. Toute modification éventuellement apportée à ce modèle doit être, au préalable, validée par la CECMC.

(CECMC, plénière, 27 mars 2019)

B05-2 Champ de compétence de l'association ou société de médiateurs, résultat des conventions signées avec les professionnels

La commission ne procède à l'inscription mentionnée au 1° de l'article L615-1 du code de la consommation qu'après avoir constaté que le champ de compétence du médiateur apparaît précisément sur son site Internet et qu'il est limité aux seuls secteurs d'activités couverts par les conventions signées avec des professionnels.

Toute convention doit impérativement :

- comporter en toutes lettres le nom du professionnel et, dans le cas où un acronyme serait utilisé, la signification de cet acronyme ;
- mentionner précisément la ou les activités du professionnel ;
- préciser pour chaque secteur le type d'activité exercé par le professionnel. En effet, en l'absence d'informations explicites en ce domaine, la CECMC n'est pas en mesure d'apprécier quelle est l'activité couverte et si celle-ci entre bien dans le champ d'application de la médiation de la consommation.

(CECMC, plénière, 29 janvier 2018).

B05-3 Spécificité de la signature d'une convention-cadre

Une convention-cadre peut être signée par une organisation professionnelle (fédération, ordre, groupe...) pour le compte de ses adhérents ou affiliés (3-1). Toutefois, ces derniers restant libres du choix du médiateur dont ils souhaitent relever (3-2 et 3-3), ils doivent, s'ils optent pour le médiateur préconisé par l'organisation professionnelle, procéder à leur inscription auprès de ce médiateur via une adhésion dite simplifiée (3-4).

3.1 Les conventions-cadres doivent impérativement être signées avec une entité professionnelle représentative

Un médiateur de la consommation ne peut conclure une convention-cadre qu'avec une entité professionnelle représentative (fédération, syndicat ou ordre professionnel, franchiseur...). Par conséquent, un prestataire de service qui agirait en intermédiaire pour le compte de professionnels divers, sans présenter lui-même une identité professionnelle ou sectorielle susceptible de l'exposer à des litiges de consommation, ne peut se substituer aux professionnels représentés pour signer en leur nom une convention avec un médiateur de la consommation.

Si la signature d'une convention avec une société organisatrice d'expositions ou de foires pouvait ainsi conduire le médiateur de la consommation, en cette qualité, à examiner des litiges relatifs aux conditions d'accès à ces événements, et plus particulièrement à la billetterie, elle ne saurait, en revanche, lui permettre d'intervenir en cette même qualité auprès des professionnels participant à cette foire.

(CECMC, 24 mai 2019)

3.2 Exclusion des fédérations regroupant des syndicats professionnels de plusieurs secteurs

Lorsqu'un organisme professionnel regroupant plusieurs fédérations ou syndicats professionnels n'assume pas, même partiellement, le coût de la médiation, la signature de toute convention-cadre ne doit être envisagée qu'au niveau de l'organisme professionnel auquel sont directement rattachés les professionnels adhérents lesquels doivent intervenir dans un même secteur d'activité et proposer des contrats de vente ou de services aux consommateurs.

Ainsi, la CECMC considère qu'une convention-cadre signée avec un organisme professionnel, qui regroupe quinze syndicats représentant la diversité des métiers des travaux publics, ne permet pas d'identifier les professionnels adhérents qui proposent aux consommateurs des contrats de vente ou de services au sens de l'article L.611-1 du code de la consommation ni de vérifier que les activités exercées par ces professionnels entrent bien dans le champ d'application de la médiation de la consommation.

(CECMC, 23 mai 2019)

3.3 Exclusion des confédérations signant des conventions-cadres supposant deux à trois degrés successifs d'adhésion

La commission considère qu'une convention-cadre signée avec une confédération composée de plusieurs organisations professionnelles ne permet pas de s'assurer de l'engagement effectif de chacune de ces organisations, dans le choix du médiateur de la consommation désigné, ni, a fortiori, de la proposition faite par celles-ci à leurs adhérents respectifs de s'inscrire individuellement sur la plateforme. Ce type de convention cadre supposant deux à trois degrés successifs d'adhésion a, jusqu'à présent, été écarté : difficilement compatible avec la liberté de choix de chaque professionnel, il générerait trop d'incertitude quant à la couverture réelle des activités concernées.

(CECMC, 8 novembre 2018).

3.4 L'adhésion simplifiée en ligne des professionnels

3.4.1 Les exigences relatives à l'adhésion simplifiée

Un dispositif d'adhésion en ligne pour les professionnels affiliés à une fédération peut être admis à condition :

- qu'il permette à chaque professionnel de prendre connaissance de la convention-cadre dont il relève, du processus de médiation et des tarifs applicables ;
- que la convention-cadre ait été préalablement validée par une décision écrite de la CECMC

3.4.2 La date d'effet de l'adhésion simplifiée en ligne

L'adhésion en ligne d'adhérents affiliés à une fédération doit se faire par le biais du formulaire simplifié validé par la CECMC (V. annexe).

Toute adhésion simplifiée auprès de l'entité de médiation de la consommation vaut pour une durée de trois ans à compter de la date de signature de la convention-cadre.

(CECMC, 30 avril 2018)

B05-4 Reconduction des conventions conclues entre les associations ou sociétés de médiateurs et les professionnels

La CECMC recommande un contact préalable, quelle qu'en soit la forme, entre l'entité de médiation et le professionnel avant la reconduction de la convention.

La CECMC recommande :

- soit d'indiquer dans la convention : « L'entité de médiation rappellera au professionnel la possibilité de cette reconduction par courrier postal ou électronique au plus tôt trois mois avant, et au plus tard, un mois avant le terme de la période autorisant le rejet de la reconduction tacite. La reconduction de la convention doit être soumise à l'acceptation préalable de la CECMC » ;
- soit d'attirer plus fortement l'attention du professionnel sur les modalités de reconduction des conventions en insérant, en caractères gras, dans l'article 8, un paragraphe qui pourrait être rédigé comme suit : « La présente convention sera reconduite par tacite reconduction pour trois années supplémentaires. L'attention du professionnel est attirée sur la possibilité qui est la sienne de mettre fin à la convention à l'issue de chaque période de trois ans ; pour cela, il doit en informer le médiateur, par courrier recommandé, un mois avant la date de fin de la convention ».

(CECMC, 13 décembre 2018)

B06 - Déroulement de la médiation de la consommation

Le processus de médiation de la consommation, tel que décrit aux articles L.612-1 à L.612-5 du code de la consommation, repose sur des mécanismes simples afin de permettre un accès aisé au médiateur, favoriser la transparence de l'entier processus et conduire, dans un temps relativement court, à un accord amiable entre les parties et, à défaut, à une proposition de solution du médiateur.

B06-1 Médiateur, un intermédiaire pendant toute la durée du processus de la médiation de la consommation

Le médiateur exerce un rôle d'intermédiaire jusqu'à la clôture du dossier. Son rôle ne s'arrête pas à la notification de sa proposition de solution aux parties. Il lui appartient ensuite de vérifier personnellement l'accord des parties sur cette proposition. Ainsi, la pratique consistant à demander au professionnel de confirmer directement au consommateur s'il accepte ou s'il refuse la proposition du médiateur de la consommation, est proscrite.

(CECMC, plénière, 18 octobre 2019)

B06-2 Description précise du processus de médiation de la consommation

Le processus de médiation doit être assorti de toutes les précisions permettant d'en assurer l'effectivité et la pérennité dans les conditions prévues par les articles L. 612-1 à L. 612-5 du code de la consommation.

Les règles de compétence, de recevabilité et d'examen au fond des demandes de médiation, ainsi que la terminologie employée pour décrire le processus de médiation, doivent être précises et claires.

Le dossier présenté à la CECMC en vue de l'inscription du médiateur doit décrire précisément les modalités de traitement des demandes de médiation des consommateurs autour des trois phases du processus : examen de la recevabilité, traitement de la demande de médiation et proposition de solution et clôture du dossier. Ce document doit préciser, le cas échéant :

- la fonction exercée par chacun des membres de l'équipe du médiateur,
- les modalités de réception des pièces que doivent fournir les parties,
- les documents nécessaires à la recevabilité des dossiers,
- les modalités d'acceptation ou de refus de la proposition du médiateur.

(CECMC, plénière, 27 mars 2019 ; CECMC, 19 juin 2019 ; CECMC, plénière, 21 novembre 2019)

B06-3 Pas de frais à payer par le professionnel préalablement à l'entrée en médiation

La pratique qui consiste à exiger le paiement par le professionnel des frais qui lui incombent avant l'ouverture du processus de médiation est proscrite. Elle est en effet de nature à faire obstacle à l'ouverture de ce processus en conditionnant celle-ci au règlement effectif de ces frais par le professionnel.

(CECMC, plénière, 27 mars 2019)

B06-4 Spécificité des plateformes de médiation en ligne

Le processus de médiation de la consommation doit décrire précisément et formellement les différentes étapes du processus de e-médiation envisagé via la plateforme, depuis le dépôt de la demande de médiation par un consommateur jusqu'à sa clôture.

L'instruction du dossier d'une plateforme de médiation en ligne en vue de son inscription sur la liste des médiateurs de la consommation par la CECMC nécessite que les courriers-type spécifiques qui seront adressés aux parties à la médiation soient fournis.

Lorsque la plateforme affectée à la médiation de la consommation est également dédiée aux conseils à destination des entreprises, toute confusion entre les différentes interfaces de la plateforme doit être proscrite.

(Cf. fiche C02 sur le statut juridique du médiateur de la consommation/spécificités du médiateur personne morale).

(CECMC, plénière, 17 avril 2019)

B07 - Proposition de solution du médiateur de la consommation

B07-1 Caractère obligatoire de la proposition de solution du médiateur de la consommation, à défaut d'accord entre les parties

Toute demande de médiation d'un consommateur déclarée recevable et pour laquelle le professionnel a accepté d'entrer en médiation doit aboutir à une proposition de solution par le médiateur à moins que les parties aient préalablement trouvé un accord ou que l'une des deux parties se soit désistée au cours du processus comme le prévoit l'article R.612-2 du code de la consommation. Le cas échéant, la

proposition de solution du médiateur peut se limiter à expliquer les raisons conduisant ce dernier à ne pas pouvoir donner une suite favorable à la demande du consommateur.

Par conséquent, la commission considère que la pratique consistant pour un médiateur à clore le dossier lorsque le consommateur ne donne pas de réponse à la proposition du professionnel que lui a transmise le médiateur contrevient aux dispositions de l'article R. 612-3 du même code qui impose au médiateur, à défaut d'accord amiable entre les parties, de leur proposer une solution pour régler le litige. Cette proposition est notifiée aux parties (article R.612-4 du code de la consommation).

(CECMC, plénière, 18 octobre 2019 ; CECMC, 13 septembre 2021 ; CECMC, plénière, 13 mars 2023)

B07-2 Contenu de la proposition de solution du médiateur de la consommation

La proposition de solution que le médiateur notifie aux parties en application de l'article R. 612-4 du code de la consommation contient l'exposé des circonstances de fait, de droit et d'équité qui motivent cette proposition.

(CECMC, plénière, 24 février 2017)

B07-3 Engagement du professionnel d'accepter, par avance, d'entrer en médiation et toute proposition de solution du médiateur de la consommation

La commission considère qu'un tel engagement, qui peut être inspiré par une intention louable en faveur des consommateurs, contrevient à la nature même du processus de résolution amiable du litige entre les parties et est susceptible d'affecter l'office du médiateur, lequel doit accomplir sa mission « en toute indépendance et impartialité, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable » (article L.613-1 du code de la consommation). Il résulte également de l'article R.613-1 du même code que « Le médiateur ne peut recevoir aucune instruction des parties. »

(CECMC, plénière, 6 novembre 2017)

B07-4 Conséquences du silence de l'une des parties à la proposition de solution du médiateur de la consommation

Aux termes du dernier alinéa de l'article R.612-4 du code de la consommation : « (...) Le médiateur précise également quels sont les effets juridiques de l'acceptation de la proposition de solution et fixe un délai d'acceptation ou de refus de celle-ci ».

L'interprétation du silence de l'une des parties à la solution proposée par le médiateur ne saurait être appréciée au cas par cas. Il appartient au médiateur d'indiquer expressément aux parties, dès l'engagement du processus de médiation, si ce silence vaut acceptation ou refus, ainsi que le délai au terme duquel l'acceptation ou le refus sont constatés (cf. également Fiche B08 sur la clôture de la médiation).

(CECMC, 24 mai 2019)

B07-5 Conséquences du rejet de la proposition de solution du médiateur de la consommation

Lorsque la proposition de solution du médiateur de la consommation n'est pas acceptée par l'une des parties, la médiation est close. Dans une telle situation, il n'entre pas dans la mission du médiateur de la consommation de proposer un autre mode de résolution des litiges, les parties étant alors libres de procéder comme elles l'entendent, et notamment de saisir la juridiction.

(CECMC, 4 mai 2018)

B07-6 Protocole transactionnel après acceptation de la proposition de solution du médiateur de la consommation

Il n'entre pas dans la mission du médiateur de la consommation de faire signer un protocole transactionnel aux parties en cause. Si ces dernières souhaitent recourir à ce type d'accord, une telle démarche ne peut relever que de leur propre initiative et ne peut être entreprise qu'après la clôture de la médiation.

(CECMC, plénière, 6 novembre 2017 ; CECMC, plénière, 17 juillet 2019)

B08 - Clôture de la médiation de la consommation

Par application de l'article 21 de la loi n° 95-125 du 8 février 1995 auquel renvoie le 5° de l'article L.611-1 du code de la consommation, la médiation de la consommation prend fin au moment où :

- soit les deux parties parviennent à un accord ou acceptent la proposition du médiateur, ce qui scelle le succès de la médiation,
- soit l'une au moins des parties refuse cette proposition, ce qui traduit l'échec de la médiation.

Aussi, est-il nécessaire, pour assurer la sécurité juridique de chacun, que :

- le délai de prise de décision des parties soit prédéterminé et limité dans le temps,
- le médiateur soit informé de ces décisions, fût-ce en tirant les conséquences d'un silence.

Dans cette perspective, les systèmes suivants sont validés :

- le médiateur fixe un délai au consommateur et au professionnel pour accepter ou refuser sa proposition de solution, en application de l'article R.612-4 (« Le médiateur précise également quels sont les effets juridiques de l'acceptation de la proposition de solution et fixe un délai d'acceptation ou de refus de celle-ci. »)
- l'absence de réponse dans ce délai est assimilée soit à un refus, soit à un accord. Encore faut-il que les parties aient été préalablement informées, de façon claire et non équivoque, des conséquences attachées à leur silence. (cf. Fiche B07 sur la proposition de solution du médiateur de la consommation).

Cette information doit figurer dans le courrier de notification de la proposition aux parties.

- Le médiateur joint à sa proposition de solution un formulaire de réponse afin que les parties puissent lui signifier aisément leur acceptation ou leur refus.

La médiation prend donc fin soit à la date où les parties acquiescent ou font connaître leur refus, soit, si l'une au moins garde le silence, à l'expiration du délai qui lui a été imparti pour se prononcer.

Dans le cas où la proposition de solution s'avère totalement défavorable au consommateur, la médiation peut être considérée comme close après l'expiration du délai figurant dans la notification qui lui est adressée sous réserve que le consommateur soit clairement informé de la possibilité de saisir la juridiction compétente.

(CECMC Plénière 26 mai 2021 ; CECMC Plénière, 17 novembre 2021)