



ARTICLE

VADE MECUM DE LA MÉDIATION DES LITIGES DE CONSOMMATION

IT et données personnelles Droit de la propriété intellectuelle, média et art ANNULE - Concurrence, régulation européenne et FDI Contrats commerciaux et internationaux | 28/04/16 | Mahasti Razavi

Compte tenu des derniers textes entrés en vigueur sur le sujet, voici le vade mecum de la conformité en matière de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

Pour mémoire, l'ordonnance n°2015-1033 du 20 août 2015, transposant la directive européenne n°2013/11 du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, pose le principe d'un « *droit à la médiation* » pour les consommateurs et l'obligation pour les professionnels de garantir un recours effectif à ce nouveau droit (article L. 152-1 du code de la consommation).

Ce processus de médiation vise tous les litiges **nationaux ou transfrontaliers** entre consommateurs et professionnels et, hormis quelques exceptions, s'applique à **tous secteurs d'activités**.

Les **modalités pratiques** qui entourent ce processus de médiation ont été précisées par le décret n°2015- 1382 en date du 30 octobre 2015 relatif à la médiation des litiges de la consommation et le décret n°2015-1607 du 7 décembre 2015 relatif aux conditions de désignation des médiateurs d'entreprises.

À noter que le règlement européen n°524/2013 du 21 mai 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation impose également aux professionnels qui exercent leurs activités en ligne d'informer les consommateurs de l'existence de la plateforme européenne de règlement en ligne des litiges.

Depuis le 1er janvier 2016, les professionnels ont l'obligation de se mettre en conformité avec l'ensemble de ce nouveau dispositif de règlement extrajudiciaire des litiges.

À cet égard, les professionnels doivent tout d'abord (1) **définir** le processus de médiation qu'ils souhaitent proposer à leurs clients et ensuite (2) **informer** ces derniers de son existence.

1. Définition par le professionnel de sa stratégie de médiation

Pour rappel, le recours à la médiation par le consommateur ne sera possible que si :

- il a (i) d'abord adressé au professionnel une **réclamation** écrite pour tenter de résoudre le litige et (ii) introduit sa demande auprès du médiateur dans un **délai d'un an** à compter de sa réclamation écrite ; et
- sa demande (i) n'est **pas abusive ou infondée** et (ii) n'a **pas déjà été examinée par un tribunal ou un autre médiateur**.

À noter que la médiation pour le consommateur est **gratuite** et constitue une procédure **facultative** dans la mesure où elle n'est ni un préalable, ni un substitut à l'action judiciaire du consommateur qui peut toujours former un recours devant les tribunaux.

Enfin, l'issue de la médiation doit intervenir dans un délai de 90 jours à compter de la notification par le médiateur aux parties de sa saisine (réception par le médiateur des documents sur lesquels est fondée la demande du consommateur).

i. Qui peut être médiateur : quelles exigences ?

- Tout médiateur doit remplir des exigences de **compétence, d'indépendance et d'impartialité**.
- En effet, le médiateur :
 - doit posséder des aptitudes dans le domaine de la médiation ainsi que de bonnes connaissances juridiques notamment en consommation ;
 - doit être nommé pour une durée minimale de 3 ans ;
 - doit être rémunéré sans considération du résultat de la médiation ; et
 - ne doit pas être en situation de conflit d'intérêts et, le cas échéant, le signaler.

En tout état de cause, tout médiateur doit être agréé par la **commission d'évaluation et de contrôle de la médiation** instituée par l'ordonnance du 20 août 2015 (articles 155-1 et suivants du code de la consommation) et inscrit par celle-ci sur la **liste nationale des médiateurs**, notifiée à la Commission européenne. A ce jour, cette liste,



qui sera amenée à évoluer, est accessible sur le site internet de la plateforme de résolution en ligne des litiges de la Commission européenne : <https://webgate.ec.europa.eu/odr/main/index.cfm?event=main.adr.show>.

ii. Comment choisir le médiateur compétent : quelles catégories ?

Le paysage français de la médiation est relativement **complexe** mais la loi pose le principe selon lequel un litige de consommation ne peut faire l'objet que d'une seule médiation.

Concrètement, selon votre domaine d'activité, plusieurs médiateurs peuvent être compétents, mais votre choix doit permettre au consommateur de pouvoir recourir à l'une des suivantes catégories de médiateur selon les conditions ci-après précisées :

▪ Médiateur relatif à un domaine d'activité (externe) :

Le médiateur public : il s'agit du médiateur désigné par une autorité publique dans les conditions fixées par **la loi**, qui détermine également son statut, son champ de compétences et ses modalités d'intervention. A titre d'exemples, il s'agit du médiateur national de l'énergie ou médiateur de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF).

À noter que lorsqu'il existe un médiateur public compétent pour procéder à la médiation d'un litige de consommation, toute autre médiation conventionnelle est en principe et, sauf exception, exclue (article L 152-5 du code de la consommation).

Le médiateur sectoriel : il s'agit d'un médiateur dont la compétence s'étend à l'ensemble des entreprises d'un **domaine d'activité économique**. Ce médiateur « cohabite » avec le médiateur public. A titre d'exemples, il existe le médiateur du commerce coopératif et associatif, le médiateur de l'eau ou encore le médiateur des communications électroniques. À noter que si le professionnel relève d'un domaine d'activité où il existe un médiateur sectoriel, il doit toujours permettre au consommateur d'y recourir, même s'il a choisi un autre médiateur conventionnel - cf. ci-dessous (article L 152-1 du code de la consommation).

▪ Médiateur d'entreprise (interne) :

- il s'agit d'un **médiateur nommé par le professionnel** qui met en place son propre service de médiation (*i.e.* un médiateur au sein de l'entreprise). Dans ce cas, le médiateur employé ou rémunéré par l'entreprise doit répondre, en plus des critères susvisés, à des critères supplémentaires afin de garantir les exigences d'indépendance et d'impartialité :

- il est désigné par un **organe collégial** - qui peut soit être mis en place par l'entreprise, soit relever d'une instance nationale consultative dans le domaine de la consommation (*i.e.* Conseil national de la consommation) ou propre à secteur d'activité (comité consultatif du secteur financier) - composé au moins de 2 représentants d'associations de consommateurs agréées et de 2 représentants du professionnel ;

- il ne peut être embauché par le professionnel ou par une fédération à laquelle le professionnel est affilié pendant une durée de **3 ans à l'issue de son mandat** ;

- **aucun lien hiérarchique ou fonctionnel** entre le professionnel et le médiateur ne peut exister pendant l'exercice de la mission de médiation. A cet égard, le médiateur est clairement séparé des organes opérationnels du professionnel ; et

- il doit disposer d'un **budget distinct et suffisant** pour exercer sa mission.

▪ **Autre médiateur (externe)** : toute autre personne physique qui remplira les conditions légales pour assurer la médiation des litiges de consommation et choisi par le professionnel comme médiateur référent et avec lequel une **convention de médiation sera conclue**. A titre d'exemple, il peut s'agir d'un médiateur d'une fédération professionnelle à laquelle le professionnel est affilié, telle que le médiateur de la Fédération e-commerce et de la vente à distance (FEVAD).

Or comme indiqué, le médiateur, quel que soit son « statut », doit être agréé par la **commission d'évaluation et de contrôle de la médiation**.

Remarque : si vous avez l'obligation de permettre au consommateur de recourir à un processus de médiation, vous n'êtes pas obligé d'accepter la solution proposée par le médiateur.

2. Modalités d'information du consommateur du processus de médiation

i. Où délivrer l'information à l'égard du consommateur : quels supports ?

Vous pouvez fournir l'information sur le processus de médiation sur les supports suivants :

- votre **site** internet ;



- vos **conditions générales** de vente ou de services ;
- vos **bons de commandes** ; ou
- sur tout **autre support** adapté.

En pratique, nous suggérons :

- si vous avez une activité de vente en dur (i.e. magasins physiques), de délivrer l'information sur un support dans votre magasin et/ou au dos des factures ou des reçus de vente données au consommateur ;
- si vous avez une activité de commercialisation en ligne, de délivrer l'information sur votre site internet et/ou sur vos conditions générales de vente ou de services en ligne.

ii. Quelles informations fournir au consommateur : quel contenu ?

Vous devez inscrire, de manière visible et lisible, (i) les **coordonnées** et (ii) **l'adresse du site internet** du ou des médiateur(s) dont vous relevez sur les supports susvisés.

Par ailleurs, les professionnels qui exercent leurs activités en ligne doivent informer les consommateurs de l'existence de la **plateforme européenne de règlement en ligne des litiges** en insérant un lien vers ladite plateforme sur leur site internet.

Nous suggérons l'insertion sur les supports susvisés de formulations types suivantes :

- Si vous avez une activité de vente en dur :

« Dans le cadre d'un différend entre les parties et à la suite d'un échec d'une réclamation écrite du client auprès du service client ou en l'absence de réponse de ce service dans un délai raisonnable d'un (1) mois, le client-consommateur peut recourir à tout mode alternatif de règlement des différends et notamment à une procédure de médiation en contactant

le(s) médiateur(s) suivants : [coordonnés du ou des médiateur(s) et son/leurs sites internet] qui tentera/tenteront, en toute indépendance et impartialité, de parvenir à une résolution amiable du différend. Le client reste libre d'accepter ou de refuser le recours à la médiation et, en cas de recours à la médiation, chaque partie est libre d'accepter ou de refuser la solution proposée par le médiateur.»

- Si vous avez une activité de commercialisation en ligne :

« Dans le cadre d'un différend entre les parties et à la suite d'un échec d'une réclamation écrite du client auprès du service client ou en l'absence de réponse de ce service dans un délai raisonnable d'un (1) mois, le client-consommateur peut recourir à tout mode alternatif de règlement des différends et notamment à une procédure de médiation en contactant le(s) médiateur(s) suivants : [coordonnés du ou des médiateur(s) et son/leurs sites internet] et/ou en accédant à la plateforme européenne de résolution des litiges en ligne à l'adresse suivante : <http://ec.europa.eu/odr> qui tentera/tenteront, en toute indépendance et impartialité, de parvenir à une résolution amiable du différend. Le client reste libre d'accepter ou de refuser le recours à la médiation et, en cas de recours à la médiation, chaque partie est libre d'accepter ou de refuser la solution proposée par le médiateur. »

En tout état de cause, en tant que professionnel exerçant votre activité en ligne, vous devrez en plus d'une information dans vos conditions générales, faire figurer sur **votre site internet** le lien vers la plateforme européenne de règlement en ligne des litiges.

- Si vous avez des activités de vente en dur et en ligne :

« Dans le cadre d'un différend entre les parties et à la suite d'un échec d'une réclamation écrite du client auprès du client ou en l'absence de réponse de ce service dans un délai raisonnable d'un (1) mois, le client-consommateur peut recourir à tout mode alternatif de règlement des différends et notamment à une procédure de médiation en contactant le(s) médiateur(s) suivants :

- pour tout achat en magasin le(s) médiateur(s) suivants(s) : [coordonnés du ou des médiateur(s) et son/leurs sites internet] ;

- pour tout achat en ligne le(s) médiateur(s) suivant(s) : [coordonnés du ou des médiateur(s) et son/leurs sites internet] et/ou accéder à la plateforme européenne de résolution des litiges en ligne à l'adresse suivante : <http://ec.europa.eu/odr>

Le client reste libre d'accepter ou de refuser le recours à la médiation et, en cas de recours à la médiation, chaque partie est libre d'accepter ou de refuser la solution proposée par le médiateur. »

Pour rappel, tout manquement aux obligations susmentionnées sera passible d'une amende administrative de 3 000 € pour les personnes physiques et 15 000 € pour les personnes morales (article L.156-3 du code de la consommation).

