



**MEDIATEUR AUPRES DE LA FEDERATION
NATIONALE DE L'AUTOMOBILE**

Médiateur des litiges de la consommation

RAPPORT D'ACTIVITE

2020

LE MOT DU MEDIATEUR



C'est avec un immense plaisir que j'ai pris la succession de Serge Valet au poste de Médiateur auprès de la FNA dans le courant de l'année 2020. La Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC) m'a référencé comme médiateur des litiges de consommation par sa décision du 15 juillet 2020 pour trois ans.

Acteur depuis 1993 dans la résolution des litiges en tant que salarié d'une entreprise d'expertise répartie sur l'ensemble du territoire national, je viens succéder à M. Serge Valet avec lequel nous avons aussi travaillé depuis de nombreuses années dans cette relation Réparateur/Expert sur l'ensemble du territoire national. A ce titre, je tenais aussi à le remercier chaleureusement pour son engagement, la qualité des échanges et en dernier lieu pour son impartialité. Mes multiples expériences m'ont permis de bien connaître toutes les facettes de ces deux métiers de réparateur et d'expert. Cette connaissance m'a permis également d'asseoir une crédibilité auprès des instances

syndicales nationales de l'automobile mais aussi dans le secteur de l'expertise automobile.

Je garde en permanence à l'esprit que la mission du médiateur est notamment de permettre aux parties de renouer le dialogue, faciliter la recherche de solution et surmonter si possible de manière durable leurs différends.

Mon objectif en tant que médiateur est bien de restaurer ce dialogue en vue de rechercher une issue satisfaisant les deux parties.

Outre le changement de Médiateur, l'année 2020 marque également l'ouverture du nouveau site Internet du Médiateur FNA*, plus clair, plus lisible, et sur lequel les consommateurs peuvent facilement déposer leur demande de médiation.

Enfin, comme chacun s'en souvient, cette année 2020 a été marquée par une pandémie qui a obligé chacun de nous, consommateur et entreprises, à s'adapter. Sur le moment, la pandémie en elle-même n'a pas généré de demande de médiation spécifiques. Si la médiation est devenue un réflexe pour les consommateurs, elle mettra encore un peu de temps à s'imposer parmi les professionnels et notamment les TPE (très petites entreprises). Aussi, en accord avec la FNA, nous allons poursuivre pour les années à venir nos efforts afin de continuer à sensibiliser les professionnels aux avantages de la médiation.

* <http://www.mediateur.fna.fr>

Jean-Pierre Chevrot
Médiateur auprès de la FNA

SOMMAIRE

Table des matières

PRESENTATION DE LA FNA	6
LE MEDIATEUR AUPRES DE LA FNA, JEAN-PIERRE CHEVROT	7
PREAMBULE	8
L'ACTIVITE DE LA MEDIATION EN 2020	9
1- LES DOMAINES DE COMPETENCE DU MEDIATEUR AUPRES DE LA FNA	9
2- LE PROCESSUS DE MEDIATION	9
3- NOMBRE DE DEMANDES DEPOSEES EN 2020	11
4- MODE DE SAISINE DU MEDIATEUR	12
5- RECEVABILITE DES DEMANDES	13
6- LES MEDIATIONS REALISEES	16
LES RECOMMANDATIONS DU MEDIATEUR	18
1- LES RECOMMANDATIONS RELATIVES A LA MEDIATION	18
2- LES RECOMMANDATIONS RELATIVES AU SECTEUR DE L'AUTOMOBILE	19
ANNEXES	20
ANNEXE 1 : CHARTE DU MEDIATEUR AUPRES DE LA FNA	20
ANNEXE 2 : AFFICHE MEDIATEUR RESERVEE AUX ADHERENTS DE LA FNA	29
ANNEXE 3 : DISPOSITIONS DU CODE DE LA CONSOMMATION SUR LA MEDIATION DES LITIGES DE CONSOMMATION	30

PRESENTATION DE LA FNA

Créée en 1921, la FNA (Fédération Nationale de l'Automobile) est l'organisation professionnelle représentative par excellence des entrepreneurs artisans de l'automobile et de la mobilité. Ces professionnels de proximité constituent 95 % des entreprises de la filière de l'aval de l'automobile qui cultivent la confiance auprès des consommateurs. Par leur sens du contact et leur savoir-faire, ils sont les leviers indispensables pour un déploiement effectif de la mobilité d'aujourd'hui et de demain.

La FNA, dont les valeurs sont la proximité, la confiance et l'indépendance, agit à tous les niveaux pour faire reconnaître et appliquer :

★ Le libre choix du professionnel de l'automobile par les consommateurs, seul levier pour maintenir une libre concurrence entre tous les acteurs.

★ La transition énergétique et entretien du parc roulant : lobbying, communication et services opérationnels dédiés aux TPE pour réussir cet enjeu majeur.

★ L'accès aux données techniques des véhicules : adoption au niveau européen et français d'un juste cadre indispensable pour assurer aux professionnels la pérennité de leurs métiers dans une économie digitalisée.

★ La valorisation du maillage territorial des entreprises artisanales et plus généralement des TPE, socle d'un droit à la mobilité pour tous.

★ L'accompagnement des entreprises : information et assistance sur mesure en matière juridique et social, formation professionnelle, solutions techniques et commerciales.

La FNA bénéficie d'un important réseau national de services de proximité grâce aux 60 groupements professionnels qu'elle fédère sur le territoire. Une présence départementale et régionale lui permet d'optimiser la capacité d'intervention des professionnels du secteur.

La FNA dispose également de structures intégrées, le CFPA France (1984) et Centarauto (1985) proposant respectivement une offre de formation élargie à tous les professionnels de l'automobile, et des solutions numériques pour fidéliser leur

clientèle et développer leur activité depuis plus de 30 ans.

La FNA représente tous les professionnels du commerce de la réparation automobile et des services associés. Composée en branches métiers structurées (carrosserie, commerce de véhicules, réparation mécanique, carburants, contrôle technique, dépannage-remorquage-fourrières, démolisseurs, location de courte durée, école de conduite ...), la FNA participe en amont, comme en aval, à tous les sujets métiers impactant la vie d'un véhicule, de sa commercialisation à sa destruction.

Depuis juillet 2016, la FNA propose aux consommateurs de recourir gratuitement au Médiateur auprès de la FNA afin d'aider les parties à rétablir le dialogue et éviter, si cela est possible, une action judiciaire longue, coûteuse et éprouvante.

Il a paru nécessaire à la FNA de choisir un Médiateur ayant fait sa carrière dans les services de l'automobile, afin de lui permettre de saisir toute la complexité – parfois technique - des litiges qui lui sont adressés.

Elle devient ainsi la première organisation professionnelle de la branche des services de l'automobile, mais aussi plus largement du monde de l'artisanat, à proposer aux consommateurs une alternative aux procédures judiciaires.

❖ En 2018, le Médiateur a décidé de recentrer la médiation sur les seuls adhérents l'organisation professionnelle FNA. Une affiche a été mise à la disposition des adhérents de la FNA pour leur permettre d'informer leurs clients de leur rattachement au médiateur auprès de la FNA (*voir annexe 2*).

❖ En 2020, la FNA a engagé la refondation complète du site Internet du Médiateur.

LE MEDIATEUR AUPRES DE LA FNA, JEAN-PIERRE CHEVROT

Monsieur Jean-Pierre Chevrot est nommé médiateur de la FNA, sur décision du bureau fédéral du 3 avril 2020 pour une durée de 3 ans renouvelables et succède ainsi à M. Serge Valet. Né le 25 décembre 1953 à Autun (71400), Monsieur Chevrot a été directeur après-vente d'une concession automobile située en Bourgogne et a exercé la profession d'expert en automobile.

Il a débuté sa carrière d'expert en automobile en mai 1986, salarié de la société Bureau Commun Automobile, et a reçu son diplôme de l'éducation nationale en décembre 1987.

Sa vie professionnelle consacrée à la fois au monde de l'expertise et de la réparation automobile a conduit M. Chevrot à être nommé conciliateur et médiateur sur l'ensemble du territoire y compris Dom et Tom chez BCA Expertise le 1^{er} juillet 1993. Il a exercé ses missions auprès des instances professionnelles de la réparation automobile mais aussi auprès des compagnies d'assurances confiant leurs missions d'expertise à BCA Expertise.

Ses différentes formations relatives à la profession de médiateur professionnel lui ont permis d'acquérir un niveau de connaissances lui permettant d'affronter des litiges liés à la fois liés à la réparation automobile mais également pour des litiges plus techniques voire même relationnels entre experts en automobile.

Ses différentes missions exercées au sein de la société BCA Expertise lui ont permis en outre de traiter de nombreux dossiers relevant de l'expertise automobile, la vente, la réparation, la carrosserie, la mécanique, le dépannage, c'est-à-dire de nombreuses activités du secteur automobile.

Par ailleurs, M. Chevrot a été également été formateur de la profession d'expert automobile dans des domaines spécifiques qui lui ont permis d'asseoir une certaine notoriété dans ces deux métiers Réparateur et expert en automobile.

Cette vision pluridisciplinaire s'est construite au fil des années dans le respect des spécialités de chacun en privilégiant la conciliation, le dialogue et aussi l'impartialité.

Jean-Pierre CHEVROT est aussi à la fois le précurseur et l'instigateur des chartes ou accords professionnels auprès des instances syndicales de la réparation en France depuis 2013.

Il est indéniable que le véhicule est encore actuellement un moyen de transport indispensable pour se rendre à son travail, profiter des loisirs et ce malgré tous les bouleversements de la société actuelle.

Depuis des décennies, M. Chevrot s'investit pour que chaque réclamation soit traitée rapidement, en équité et conforme au droit. Parce que la médiation est dans l'intérêt de tous, il a été unanimement désigné pour assumer la charge de médiateur de la FNA et devenir ainsi le référent dans ce domaine bien spécifique.

M. Chevrot a été référencé comme médiateur des litiges de la consommation par la CECMC en 2020 notamment sur les critères d'indépendance, d'impartialité, de motivation et de compétence.

PREAMBULE

Le code de la consommation, qui régit le dispositif de médiation de la consommation, impose au médiateur de mettre à la disposition des consommateurs, sur son site Internet, un rapport annuel d'activité.

Article R. 614-2 du code de la consommation

Le médiateur met également à la disposition du public sur son site internet ou communique sur demande son rapport annuel d'activité comprenant les informations suivantes :

- 1° Le nombre de litiges dont il a été saisi et leur objet ;
- 2° Les questions les plus fréquemment rencontrées dans les litiges qui lui sont soumis et ses recommandations afin de les éviter ;
- 3° La proportion de litiges qu'il a refusé de traiter et l'évaluation en pourcentage des différents motifs de refus ;
- 4° Le pourcentage des médiations interrompues et les causes principales de cette interruption
- 5° La durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges ;
- 6° S'il est connu, le pourcentage des médiations qui sont exécutées ;
- 7° L'existence de la coopération au sein de réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers ;
- 8° Pour les médiateurs rémunérés ou employés exclusivement par un professionnel, le pourcentage des solutions proposées en faveur du consommateur ou du professionnel ainsi que le pourcentage des litiges résolus à l'amiable.

L'ACTIVITE DE LA MEDIATION EN 2020

Monsieur CHEVROT est assisté d'une personne qui assure sous son autorité le suivi administratif et juridique des demandes de médiation : réception des dossiers, étude de la recevabilité, transmission des dossiers recevables au médiateur.

Les dossiers recevables sont transmis à Monsieur CHEVROT, qui procède à leur étude en toute

impartialité. Il prend contact rapidement avec les parties et s'entretient avec elles en toute confidentialité, le plus souvent par téléphone. Des visio-conférences peuvent également être organisées.

1- LES DOMAINES DE COMPETENCE DU MEDIEUR AUPRES DE LA FNA

Agents de marque	Démolisseurs	Gardiens de fourrière
Carrossiers	Dépanneurs-remorqueurs	Mécaniciens Réparateurs automobiles
Centres de contrôle technique	Détaillants en carburants (stations-services)	Négociants en véhicules
Concessionnaires	Auto-écoles	Vendeurs de véhicules neufs ou d'occasion

Conformément à l'article L. 611-3 du Code de la Consommation, la médiation ne s'applique pas :

- ❖ aux litiges entre professionnels,
- ❖ aux réclamations portées par le consommateur auprès du service clientèle du professionnel,
- ❖ aux négociations directes entre le consommateur et le professionnel,
- ❖ aux tentatives de conciliation ou de médiation ordonnées par un tribunal saisi du litige de consommation ;

- ❖ aux procédures introduites par un professionnel contre un consommateur.

Les consommateurs et les professionnels souhaitant bénéficier des services du médiateur de la FNA acceptent de respecter les dispositions de la Charte de la Médiation (*voir annexe*).

2- LE PROCESSUS DE MEDIATION

Saisine

La saisine du médiateur est gratuite et se fait en langue française par écrit :

- Soit par courrier postal à l'adresse suivante : Médiateur auprès de la FNA - Fédération Nationale de l'Automobile - 9 et 11 Avenue Michelet - 93583 Saint Ouen Cedex
- Soit par mail à l'adresse mediateur@fna.fr
- Soit directement en ligne ou au moyen d'un formulaire figurant sur notre site Internet www.mediateur.fna.fr

Le consommateur peut saisir le médiateur seul ou être représenté par un avocat ou encore se faire assister par toute personne de son choix dont une association de consommateurs. Dans ce cas, les frais induits par cette représentation ou assistance restent à la charge du consommateur.

Le consommateur peut télécharger sur le site de la FNA un formulaire de dépôt de sa réclamation pour l'aider à construire son dossier. Ce formulaire est en outre accompagné d'une liste de pièces pouvant lui être demandées.

Etude de la recevabilité de la demande

Dès réception des documents, le service médiation examine la recevabilité de la demande sous l'autorité du Médiateur. Il est rappelé qu'il est indispensable que le dossier ait déjà fait l'objet d'une réclamation écrite préalable auprès du professionnel, datant de moins d'un an.

Dans l'hypothèse où le litige ne peut pas être examiné par le Médiateur, il informe par écrit le consommateur du rejet de sa demande de médiation dans un délai maximum de trois semaines, en prenant soin de lui indiquer le motif de non-recevabilité.

Lorsque la demande est recevable, le Médiateur notifie aux parties sa saisine et procède à l'examen du dossier. Il peut, si nécessaire, demander des explications aux parties, des pièces complémentaires ... A partir de cet instant, la médiation commence.

Déroulement de la médiation

Le médiateur pilote la médiation entre les parties au litige et recueille les arguments et les prétentions de chacune des parties qui s'engagent à lui faire part de tout fait ayant un impact direct ou indirect sur le litige depuis le dépôt de la réclamation.

Lors de sa médiation, le médiateur veille à instaurer des échanges en toute équité. En fonction du dossier, ces échanges peuvent se faire en présentiel, téléphoniquement ou sur pièces. Depuis 2016, les médiations se sont toujours déroulées par téléphone, notamment pour des questions de coût et de rapidité. En 2020, sont apparues les premières médiations ayant nécessité le recours à la visio-conférence.

Les parties peuvent solliciter l'avis d'un expert indépendant. Les frais restent à la charge de celui qui le demande, sauf si la demande est conjointe selon la même disposition. Les frais sont alors partagés. Elles acceptent que le médiateur puisse également à l'occasion d'un litige recourir à l'avis d'un tiers indépendant (*un expert en automobile, un professionnel du droit, un équipementier ...*) pour l'éclairer sur tous les aspects techniques du dossier. Néanmoins, le recours à un expert indépendant n'a pas été demandé par les parties durant l'année 2020.

Bien entendu, la procédure de médiation est facultative, librement acceptée par les parties, qui restent libres de l'interrompre, de la poursuivre ou d'y mettre un terme à tout moment.

A défaut d'accord entre les parties, le médiateur leur propose une solution au litige. En tout état de cause, l'issue de la médiation intervient dans un délai de 90 jours à compter de la notification faite par le médiateur de sa saisine. Le médiateur peut prolonger ce délai à tout moment en cas de litige complexe et en avise les parties. Pendant toute la durée de la procédure, la prescription est suspendue conformément à l'article 2238 du code civil.

Fin du processus de médiation

Lorsqu'aucun accord ne se dégage entre les parties, le médiateur leur notifie une proposition de solution. Il leur rappelle dans un premier temps les circonstances et l'objet du différend, les prétentions de parties, les rencontres éventuelles ayant rythmé la procédure.

La proposition de médiation s'appuie au besoin sur des analyses techniques et juridiques (ex : chiffrage financier, obligation de faire, dédommagement ...).

Chaque partie est libre de suivre ou non la solution ainsi rendue et en informe par écrit le médiateur dans un délai de 14 jours ouvrés. Elles reconnaissent que la solution proposée peut être différente de la décision qui serait rendue par un juge qu'elles peuvent par ailleurs saisir si elles le souhaitent pendant la médiation. Les solutions ainsi proposées n'ont aucun effet contraignant.

Il est recommandé aux parties de formaliser leur arrangement dans un protocole d'accord signé par

chacune d'entre elles. Cet écrit devra reprendre les termes de l'accord et satisfaire aux conditions de fond et de forme d'un protocole d'accord au sens

du Code Civil de manière à pouvoir, si elles le souhaitent, le faire homologuer par le juge sur le fondement du Code de procédure civile.

3- NOMBRE DE DEMANDES DEPOSEES EN 2020

Rappel

Depuis le 1^{er} mars 2018, le Médiateur auprès de la FNA n'est compétent que pour les demandes de médiation déposées à l'encontre d'un **professionnel adhérent de la FNA**. Depuis cette date, l'information est inscrite sur le site Internet du Médiateur

Aussi, dès lors que le professionnel en cause n'est pas adhérent de la FNA, le consommateur est informé très rapidement que le Médiateur ne peut pas prendre en charge sa demande de médiation.

Durant l'année 2020, les services administratifs de la FNA et le Médiateur ont reçu environ 350 demandes par mail visant à simplement connaître le statut du professionnel vis-à-vis de son rattachement à la FNA et par conséquent au Médiateur. Ces demandes formulées par mail ne portaient pas sur le fond du litige et ne contenaient pas le dossier du consommateur, mais uniquement le nom de l'entreprise et ses coordonnées.

Le délai de réponse à ces demandes est immédiat et ne dépasse jamais 24 heures.

→ En cas de non-adhésion du professionnel à la FNA, le consommateur est invité à se rapprocher du professionnel afin de vérifier les coordonnées du médiateur auprès duquel il peut déposer sa demande de médiation. Lorsque le litige relève d'un constructeur automobile, les services de la médiation ont orienté les consommateurs vers le médiateur CMFM¹ en leur fournissant ses coordonnées complètes et le formulaire de demande de médiation CMFM.

Ces demandes n'ont pas fait l'objet d'une étude de leur recevabilité, dans la mesure où elles ne s'accompagnaient pas des pièces du dossier.

→ En cas de confirmation d'adhésion du professionnel à la FNA, le consommateur en est immédiatement informé. Il est invité à déposer son dossier de médiation auprès du Médiateur selon l'un des trois modes de saisine : par courrier postal, par courriel ou en utilisant le formulaire en ligne.

Le Médiateur constate de nouveau à regret que certaines entreprises du secteur de l'automobile mentionnent les coordonnées du Médiateur auprès de la FNA dans leurs conditions générales sans être adhérentes de la FNA. Le Médiateur a donc été amené à adresser des courriers à ces entreprises afin de leur rappeler leurs obligations concernant la médiation et les informer qu'une telle mention, sans contact préalable avec le Médiateur ou avec la FNA, est de nature à induire en erreur les consommateurs.

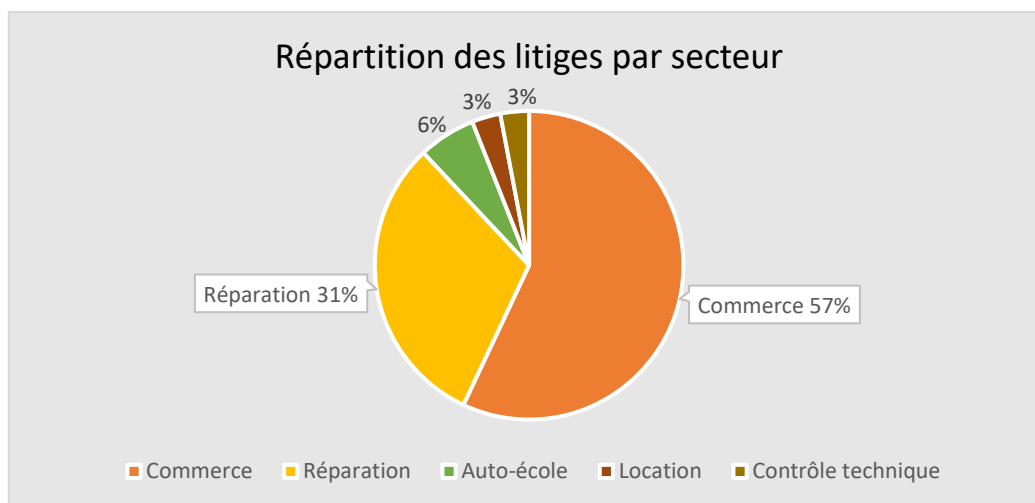
D'autre part, le Médiateur auprès de la FNA a traité 186 dossiers de médiation en 2020, déposés par l'un des trois modes de saisine possibles : courrier, mail ou formulaire en ligne.

Les litiges ont concerné les secteurs suivants :

- ❖ **57 % Commerce automobile (VO/VN)** : les demandes concernent par exemple le véhicule livré non conforme au véhicule commandé (ex : option manquante), des informations erronées concernant la prime à la conversion, des retards dans la livraison du véhicule, des pannes ou des dysfonctionnements après l'achat d'un véhicule d'occasion, des demandes de remboursement d'acompte après annulation de la vente.
- ❖ **31 % Réparation mécanique** : les demandes portent sur une panne intervenant après une

¹ Médiation CmfM a conclu des conventions avec un grand nombre de constructeurs automobiles : <http://www.mediationcmfm.fr>

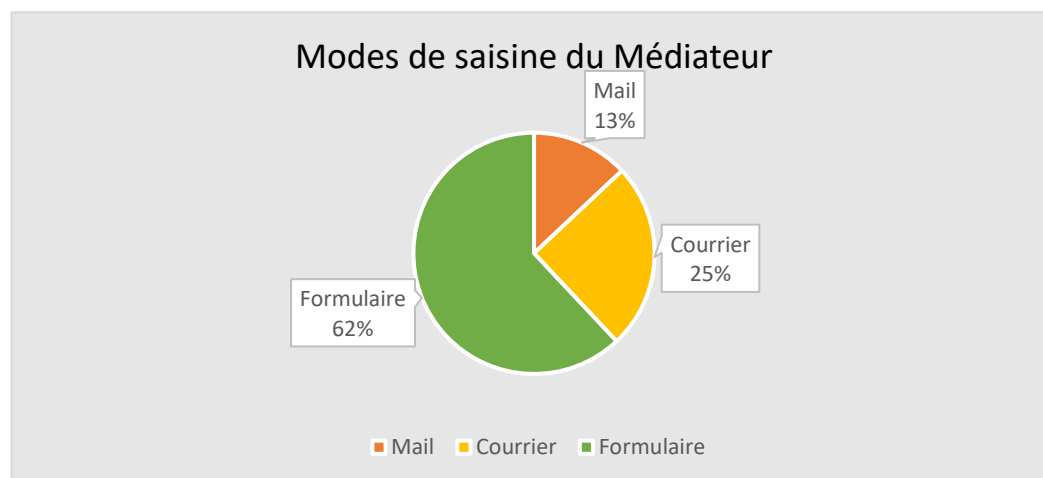
- intervention mécanique (obligation de résultat du réparateur).
- ❖ **6 % Ecoles de conduite** : les demandes portent sur la restitution du dossier et le remboursement des heures de conduite non consommées par le client.
 - ❖ **3 % Location de véhicule** : les demandes portent sur la facturation de frais de remise en état du véhicule après sa restitution.
 - ❖ **3 % Contrôle technique** : les demandes portent sur une contestation de rapport de contrôle technique.



4- MODE DE SAISINE DU MEDIATEUR

Conformément au code de la consommation, le médiateur peut être saisi soit par **courrier postal**, soit par un **formulaire en ligne** à partir de son site Internet, soit par **mail**.

Les modes de saisine durant l'année 2019 ont été les suivants :



Nous constatons en 2020 une augmentation du nombre de saisines par **formulaire en ligne** par

rapport à l'année précédente (*50 % en 2019 contre 62 % en 2020*), probablement dû à la crise sanitaire.

Si le formulaire en ligne représente la majorité des saisines, le mode de saisine par **courrier** tient encore une grande place avec 25 % du nombre total de saisines (37 % en 2019), ce qui n'est pas négligeable en terme de traitement administratif. L'étude du dossier est plus contraignante que les autres modes de saisine : scan des pièces, réponse par courrier lorsque la personne ne possède pas d'adresse mail, échanges avec le consommateur moins rapides. Pour autant, nous constatons que les consommateurs conservent le réflexe de saisir le médiateur par courrier alors qu'ils disposent effectivement d'une adresse mail qu'ils utilisent dans leurs relations avec le professionnel. Aussi, afin de faciliter les échanges, et sauf refus express du consommateur (ce qui n'est jamais arrivé en

2020), le secrétariat du médiateur et le médiateur ont pris la décision de poursuivre les échanges avec le consommateur par mail (et non pas courrier) : notification de saisine du médiateur envoyée par mail, demande de pièces complémentaires, etc. Cette initiative n'a jamais été contestée, bien au contraire : les consommateurs sont satisfaits de la réactivité des échanges par mail.

Il faut également noter que des dossiers complets sont également adressés au médiateur par courrier sans que le professionnel ne soit rattaché au Médiateur auprès de la FNA. Dans cette hypothèse, le secrétariat du médiateur en informe le consommateur et lui retourne l'intégralité des pièces de son dossier.

5- RECEVABILITE DES DEMANDES

Avant de procéder à l'examen des dossiers, le service de la médiation examine la recevabilité des dossiers déposés. Pour rappel, depuis mars 2018, le professionnel doit être adhérent de la FNA pour indiquer son rattachement au Médiateur auprès de la FNA.

Pour rappel, un litige ne peut être examiné par le médiateur de la consommation (*article L. 612-2 du code de la consommation*) lorsque :

- ❖ 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
- ❖ La demande est manifestement infondée ou abusive
- ❖ Le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal

- ❖ Le consommateur a introduit sa demande auprès du médiateur dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel
- ❖ Le litige n'entre pas dans son champ de compétence.

Il faut également ajouter les cas dans lesquels la médiation des litiges de la consommation ne peut pas s'appliquer (*article L. 611-3 du code de la consommation*) :

- ❖ Les litiges entre professionnels ;
- ❖ Les réclamations portées par le consommateur auprès du service clientèle du professionnel ;
- ❖ Les négociations directes entre le consommateur et le professionnel ;
- ❖ Les tentatives de conciliation ou de médiation ordonnées par un tribunal saisi du litige de consommation
- ❖ Les procédures introduites par un professionnel contre un consommateur.

Sur les 186 dossiers déposés en 2020, 80 % des dossiers ont été déclarés irrecevables

Les motifs d'irrecevabilité sont les suivants :

- Le litige concerne un professionnel n'ayant pas désigné le Médiateur auprès de la FNA (non adhérent FNA) : **77,85 % des dossiers irrecevables**
- Le litige se situe hors du champ de compétence du médiateur (constructeur, assureur) : **21,48 % des dossiers irrecevables**
- Le litige concerne deux professionnels : **0,67 % des dossiers irrecevables**

Le motif principal d'irrecevabilité des demandes concerne le fait que le professionnel n'était pas adhérent de la FNA et ne relevait donc pas du dispositif de médiation.

Ce phénomène s'explique de plusieurs façons :

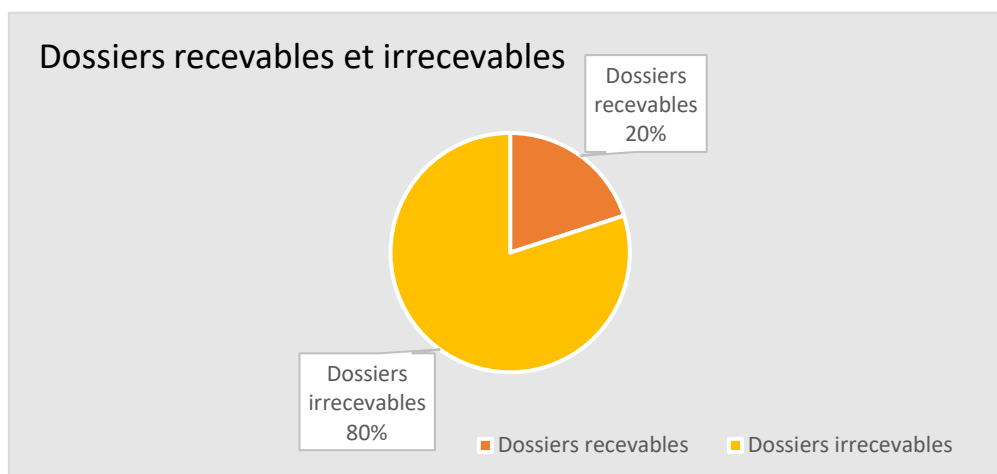
- soit parce que le consommateur ne s'est pas renseigné au préalable auprès du professionnel pour connaître les coordonnées du médiateur compétent (erreur de médiateur).
- soit parce que le professionnel a indiqué à tort les coordonnées du Médiateur auprès de la FNA sans s'être rapproché au préalable des services administratifs de la FNA pour connaître les modalités d'adhésion.
- soit parce que le professionnel n'a désigné aucun médiateur.
- soit parce que le consommateur adresse son dossier à l'ensemble des médiateurs compétents dans le domaine concerné par le litige.

Le deuxième motif d'irrecevabilité concerne les litiges ne se situant pas dans le champ de compétence du médiateur. Dans la majorité de ces cas, les litiges relevaient de la compétence du médiateur des constructeurs automobiles. En effet, dans les conditions générales adressées à leur réseau, la plupart des constructeurs mentionnent les coordonnées du médiateur du constructeur automobile (CMFM), ainsi que celles du Médiateur auprès de la FNA et du Médiateur du CNPA en ajoutant la mention « *suivant les affiliations du distributeur* » pour le secteur de la vente ou « *suivant les affiliations du réparateur* » pour la mécanique. Ces indications entraînent cependant une confusion dans l'esprit du consommateur, qui ne sait pas à quel médiateur adresser sa demande.

Lorsque les litiges relèvent de la compétence du médiateur du constructeur automobile, principalement en raison de la mise en œuvre de la garantie constructeur sur les véhicules neufs, le Médiateur auprès de la FNA communique au consommateur les coordonnées du médiateur du constructeur (Médiateur CMFM).

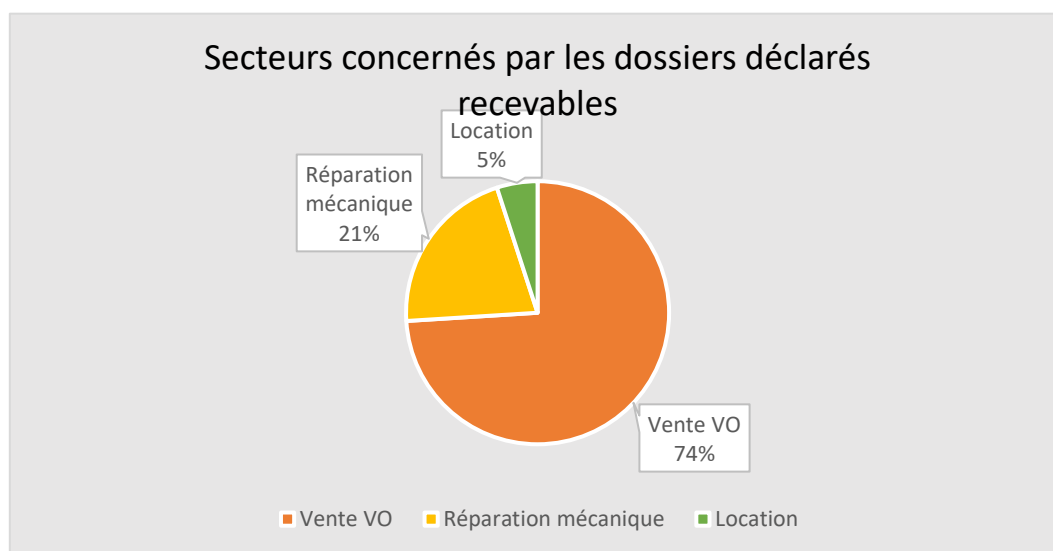
Enfin, dans un très petit nombre de dossiers, la demande concernait un litige entre deux professionnels.

Sur les 186 dossiers déposés en 2020, 38 dossiers ont été déclarés recevables, soit 20 % des demandes



Dès lors que le dossier est déclaré recevable par le Médiateur, un mail de notification est adressé aux deux parties. Une médiation peut théoriquement commencer à être engagée, le dossier répondant à toutes les conditions d'une médiation. Ces dossiers

recevables ont concerné soit des litiges liés à une vente de véhicule, soit des litiges liés à une réparation mécanique, soit des litiges liés à une location de véhicule.



Parmi les 38 dossiers déclarés recevables en 2020 et donc ouverts en vue d'une médiation :

- ➔ **1 dossier a fait l'objet d'un désistement avant commencement de la médiation, par le consommateur**
- ➔ **12 dossiers ont reçu un accord du professionnel pour entrer en médiation**
- ➔ **25 dossiers ont reçu un refus du professionnel d'entrer en médiation**

Sur l'ensemble de ces dossiers (38), le médiateur a procédé à 26 relances auprès des professionnels afin d'obtenir une réponse à la demande d'ouverture de la médiation. La relance est adressée quinze jours après l'envoi du mail de notification, en cas d'absence de réponse. La relance se veut pédagogique et tente de convaincre le professionnel des avantages à accepter d'entrer en médiation. Dans ce cas, le professionnel est informé qu'à défaut de réponse sous un nouveau délai de huit jours, le Médiateur interprètera ce silence comme un refus d'entrer en médiation et se verra contraint de clôturer définitivement le dossier.

Quelles sont les causes du refus d'entrer en médiation de la part du professionnel ?

Concernant les 25 dossiers ayant donné lieu à un refus du professionnel :

Six dossiers ont été refusés car ils ont fait l'objet d'un accord en dehors de la médiation. En général, le simple envoi du mail de notification de saisine du

médiateur a pour effet de convaincre le professionnel de recontacter son client afin de trouver un accord. Dans ce cas, le professionnel informe le médiateur qu'il refuse la médiation mais va donner suite à la demande du client.

Huit dossiers ont été refusés explicitement par les professionnels. Il est souvent mis en avant le fait que le professionnel a déjà fait des propositions

raisonnables au client, que ce dernier a refusées. Dans d'autres cas, le professionnel refuse car il estime que sa responsabilité ne peut pas être engagée.

Enfin, onze dossiers n'ont reçu aucune réponse de la part du professionnel malgré la relance du médiateur. Face à ce silence du professionnel, le médiateur n'a d'autre solution que de clôturer le dossier et d'en informer le consommateur afin de lui laisser la possibilité de saisir le tribunal compétent.

Les causes d'interruption du processus d'instruction de la médiation sont donc les suivantes :

- Accord trouvé hors médiation : 24 %
- Refus explicite du professionnel : 32 %
- Absence de réponse du professionnel : 44 %

La crise sanitaire a-t-elle eu un impact sur les médiations déposées en 2020 ?

La crise sanitaire n'a pas particulièrement impacté le nombre de demandes déposées durant les mois de mars-avril-mai 2020.

En revanche, le temps de traitement des dossiers a été allongé, non pas en raison de la crise sanitaire, mais parce que nous avons procédé à un changement de médiateur dans le courant de l'année 2020. Ce changement de médiateur a entraîné la mise en attente des dossiers notifiés aux

parties, jusqu'à la nomination du nouveau médiateur M. Jean-Pierre Chevrot et la validation de sa candidature par la CECMC le 15 juillet 2020.

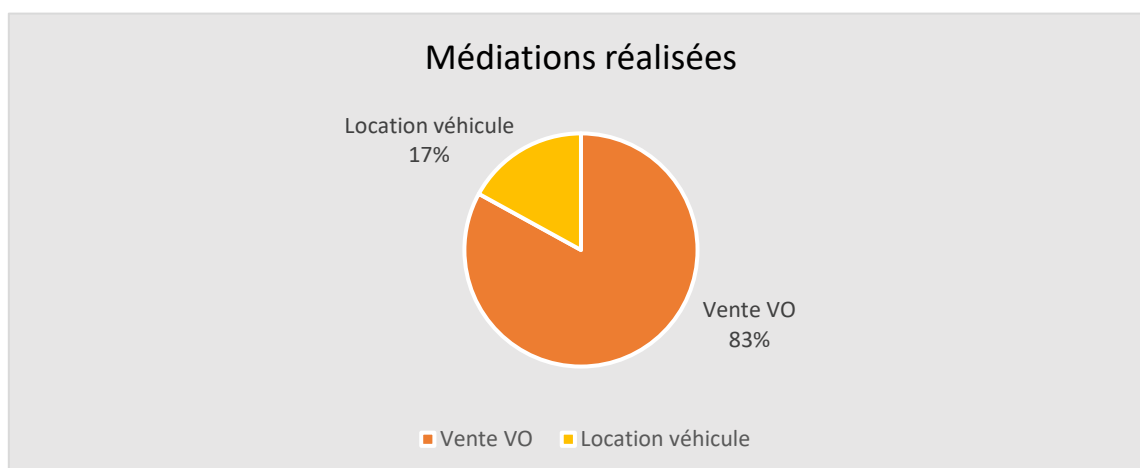
La CECMC et les parties concernées ont été informées de l'allongement des délais.

6- LES MEDIATIONS REALISEES

12 dossiers ont reçu un accord du professionnel pour entrer en médiation, soit 32 % des dossiers recevables

Dix dossiers de médiation ont concerné des litiges liés à des ventes de véhicules d'occasion. Deux dossiers de médiation concernaient des contestations liées à la facturation de dommages après la restitution d'un véhicule de location.

En 2020, il n'y a pas eu de médiation « acceptée » relative au secteur de la réparation mécanique.



Le code de la consommation impose une durée maximale de résolution des litiges sous **90 jours**, mais donne la possibilité au médiateur de prolonger ce délai en cas de litige complexe. La durée

moyenne des médiations durant l'année 2020 a été de **55 jours**. Le médiateur a dû prolonger la médiation dans un dossier en raison de sa complexité technique.

Méthodologie

Pour chaque médiation, une étude complète du dossier a été réalisée par le médiateur, sur la base des pièces déposées par le consommateur lors de la saisine et des pièces complémentaires éventuellement transmises par le professionnel.

Le Médiateur contacte ensuite chacune des parties par téléphone afin de recueillir leurs arguments et leurs prétentions. Pour chaque médiation, de nombreux échanges téléphoniques et par mail se sont déroulés entre le médiateur et chacune des parties, séparément et en toute impartialité

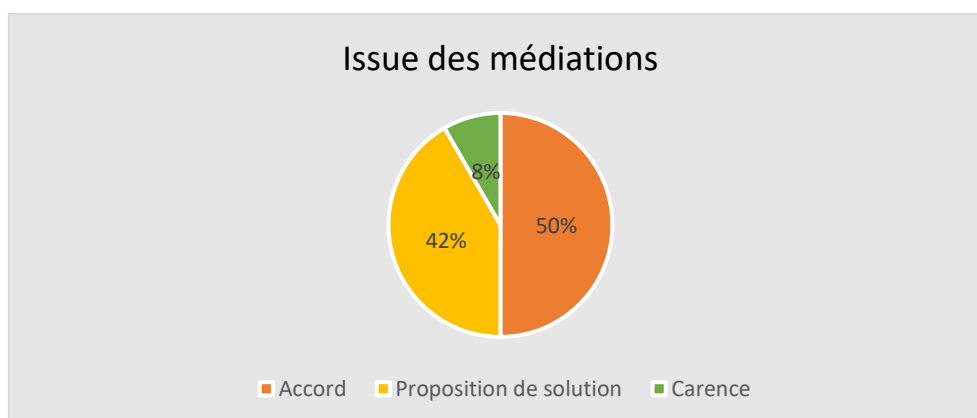
Issue des médiations

Une médiation a été interrompue par le médiateur et a donné lieu à un rapport de carence en raison de la complexité technique du dossier (*panne suite à une vente de véhicule d'occasion*) : deux expertises du véhicule s'étaient déroulées avant la médiation, avec des conclusions diamétralement opposées. Au cours de la médiation, une troisième expertise a été diligentée en accord avec les parties. Cependant, les conclusions de ce 3^e expert ont été contestées par le client. En accord avec les parties (*notamment la protection juridique du consommateur*), le médiateur a considéré qu'il ne pouvait proposer de solution équitable aux parties, et leur a conseillé de saisir la juridiction compétente aux fins d'expertise judiciaire.

Six dossiers de médiation ont abouti à un accord entre les parties, le Médiateur ayant pu rapprocher ces dernières et leur permettre de sortir du litige rapidement.

Enfin, dans cinq dossiers de médiation aucun accord n'a pu être trouvé et le Médiateur a dû proposer une solution aux parties, conformément aux dispositions de l'article R. 612-3 du code de la consommation. Dans un dossier, les parties ont accepté la proposition de solution du Médiateur, tandis que dans quatre dossiers, cette proposition a été refusée par les parties.

Nous pouvons donc considérer que les médiations réalisées ont été un succès puisque 7 dossiers de médiation sur 12 dossiers ont permis aux parties de trouver un accord.



LES RECOMMANDATIONS DU MEDIATEUR

1- LES RECOMMANDATIONS RELATIVES A LA MEDIATION

Les recommandations aux consommateurs

- ❖ Avant de saisir un médiateur, le consommateur doit se renseigner en amont sur les coordonnées du médiateur désigné par le professionnel. Il est recommandé de consulter les conditions générales, le bon de commande, le site Internet, ou encore la facture du professionnel. Une affiche a été mise à la disposition des adhérents de la FNA pour leur permettre d'informer leurs clients de leur rattachement au médiateur auprès de la FNA (voir annexe 2).
- ❖ En cas de désaccord avec le professionnel, et avant de saisir le médiateur, nous rappelons qu'il est indispensable - et obligatoire - d'adresser une réclamation écrite (*courrier ou mail*) au professionnel. A défaut de réclamation préalable, la demande de médiation sera déclarée irrecevable.
- ❖ Le Médiateur recommande au consommateur de ne pas saisir simultanément d'une part le professionnel par la réclamation préalable, et d'autre part le médiateur par le dépôt du dossier de médiation : il est nécessaire de laisser au professionnel un délai plus ou moins long selon l'urgence du dossier, afin de lui permettre de donner le cas échéant une suite favorable à la demande.
- ❖ Lorsque le consommateur dispose d'un accès Internet et d'une adresse mail, il est conseillé de privilégier la saisine du médiateur par le formulaire en ligne. Afin de ne pas retarder l'étude de la recevabilité du dossier, il est préférable de déposer les pièces du dossier au moment du dépôt de la demande.

Les recommandations aux professionnels

- ❖ Nous constatons que beaucoup de professionnels n'ont toujours pas désigné de médiateur et ne se sont pas conformés à leurs obligations. Le professionnel s'expose à une amende administrative pouvant aller jusqu'à 3.000 € pour une personne physique et 15.000 € pour une personne morale.
- ❖ D'autres professionnels, par méconnaissance ou volontairement, indiquent les coordonnées du médiateur alors qu'ils ne sont pas adhérents de la FNA. Le médiateur rappelle qu'il est indispensable de prendre au préalable contact avec les services de la FNA pour se renseigner sur les modalités de désignation du Médiateur auprès de la FNA.
- ❖ De nombreux constructeurs ont inséré dans leurs CGV les coordonnées des médiateurs du secteur automobile avec la mention « *selon les affiliations du réparateur* » ou « *selon les affiliations du distributeur* ». Or, nous constatons bien souvent que les membres du réseau n'ont en réalité pas désigné de médiateur et se contentent de cette mention générale. Il en résulte une information erronée donnée aux consommateurs qui pensent pouvoir saisir un médiateur alors que l'entreprise n'en a désigné aucun. Le Médiateur FNA souhaite que les constructeurs automobiles informent clairement les membres de leur réseau de leur obligation de désigner l'un des médiateurs des litiges de la consommation.
- ❖ Comme indiqué par la CECMC : « ***Cela signifie que vous ne pouvez pas, de votre seule initiative, mentionner un médiateur si vous ne l'avez pas contacté préalablement pour conclure une convention avec lui ou si vous n'avez pas pris contact avec une fédération pour connaître et accepter les conditions de recours à son médiateur*** ».

2- LES RECOMMANDATIONS RELATIVES AU SECTEUR DE L'AUTOMOBILE

❖ Réparation mécanique

De nombreuses demandes de médiation concernent des réparations mécaniques, même si en cette année 2020, aucune n'a aboutie à une médiation.

Il est recommandé de bien décrire la panne et de signer avec le réparateur un ordre de réparation sur lequel seront mentionnées toutes les observations du client. A la restitution du véhicule, il faut prendre son temps, se faire expliquer les prestations réalisées reprises sur la facture.

L'estimation réalisée par le réparateur s'entend « *avant démontage* ». Or, au cours de la l'intervention, le réparateur peut être amené à constater la nécessité d'effectuer des travaux complémentaires non prévus dans l'ordre de réparation. Si ces travaux entraînent une facturation dont le montant excède l'estimation prévue ou le montant des travaux initialement commandés, le réparateur doit en informer le client et obtenir son accord sur ce nouveau montant et les modalités de variations convenues. Cet accord doit être formalisé par la signature d'un devis complémentaire.

❖ Location de véhicule

Les différends soumis au médiateur portent sur la facturation de frais liés à la remise en état du véhicule loué lors de la restitution de ce dernier, alors même qu'aucun état des lieux contradictoire n'a été réalisé, ni à la remise des clés, ni à la restitution du véhicule. En cas d'impossibilité d'effectuer l'état des lieux lorsque le client récupère le véhicule dans un parking (ex : gare, aéroport), le

❖ Vente d'un véhicule d'occasion

Il appartient au vendeur professionnel de procéder à une révision du véhicule et un essai sur route avant de le proposer à la vente, ceci afin de minimiser au maximum la découverte de pannes après la vente.

La garantie légale de conformité est une garantie contre les défauts de conformité existant déjà à la date de livraison du produit. Le Médiateur rappelle que les professionnels doivent appliquer la garantie légale de conformité : en matière de vente de biens d'occasion, le professionnel est présumé responsable des désordres intervenant sur le véhicule pendant les 6 mois suivant sa livraison. Cela signifie que le défaut est d'office considéré comme existant lors de la livraison. Le consommateur n'a pas à apporter de preuve sur la date d'apparition du défaut. Lorsque le défaut sur le véhicule est constaté plus de 6 mois après la livraison, c'est au consommateur de prouver que ce défaut existait avant la vente. Il est souvent nécessaire de diligenter une expertise amiable contradictoire.

loueur doit permettre au client de signaler immédiatement toute anomalie ou différence stipulée sur la fiche d'état des lieux. Au retour du véhicule, lorsqu'un état des lieux immédiat n'est pas possible, il est conseillé au client de prendre des photographies (de préférence datées) de l'ensemble du véhicule ainsi que son kilométrage afin de se garantir une preuve en cas de facturation de frais indus de remise en état.

ANNEXES

ANNEXE 1 : CHARTE DU MEDIATEUR AUPRES DE LA FNA

CHARTRE DU MEDIATEUR AUPRES DE LA FNA

Préambule

La Fédération Nationale de l'Automobile (**FNA**), créée en 1921, est une organisation professionnelle regroupant les entreprises intervenant dans la filière de l'après-vente automobile. Elle veille depuis des décennies à renforcer la confiance des consommateurs à conclure des contrats de vente ou des prestations de service avec des professionnels de l'automobile. La FNA partage pleinement la volonté des autorités européennes et nationales de mettre en place un règlement extrajudiciaire des litiges (REL) de consommation, notamment suite à l'ordonnance n°2015-1033 du 20 août 2015 relative au REL et son décret d'application n°2015-1382 du 30 octobre 2015 relatif à la médiation des litiges de la consommation, codifiés dans le code de la consommation (Art. L 611-1 à Art. L 616-3 et R 612-1 à R 616-2).

Les litiges survenant entre professionnels de l'automobile et consommateurs se résolvent dans la pratique par des arrangements amiables à condition que les parties aient pu échanger sur des données juridiques et techniques. La FNA a souhaité proposer aux consommateurs un mode alternatif de règlement des litiges, conformément aux dispositions susvisées du code de la consommation, afin d'aider les parties à rétablir le dialogue et éviter, si cela est possible, une action judiciaire longue, coûteuse et éprouvante.

La présente charte rédigée conformément aux dispositions du code de la consommation relatives à la médiation de la consommation vise à faciliter ainsi la recherche d'une solution amiable fondée sur des exigences, en termes **d'équité, d'indépendance, de confidentialité** et de **compétence** du médiateur de la consommation. Ces critères constituent le socle commun à chaque dossier qui lui serait soumis.

Il est entendu que cette **procédure est gratuite², non obligatoire ou contraignante pour le consommateur** qui souhaiterait y recourir. Il peut saisir le médiateur de la consommation **seul ou être représenté par un avocat ou encore se faire assister par toute personne de son choix** dont une **association de consommateurs**. Dans ce cas, il est rappelé que les frais induits par cette représentation ou assistance restent à la charge du consommateur conformément à l'article R 612-1 du Code de la consommation³. Enfin, rien n'interdit aux parties de solliciter l'avis d'un expert indépendant. Les frais restent également à la charge de celui qui le demande, sauf si la demande est conjointe selon la même disposition. Les frais sont alors partagés.

Chacune des parties reste libre d'y mettre un terme ou de saisir la juridiction compétente. Ceci étant posé, en choisissant de soumettre leur litige au médiateur de la consommation, elles veillent à respecter les termes de la charte.

Article 1 - Définitions

"Consommateur" : toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale,

"Professionnel": toute personne physique ou toute personne morale, qui agit, y compris par l'intermédiaire d'une personne agissant en son nom et pour son compte, aux fins qui entrent dans le

² A l'exception des frais prévus aux points c et d de l'article R 612-1 du Code de la consommation détaillés à l'article 8 de la présente charte.

³ L'intégralité des dispositions relatives à la médiation sont consultables et téléchargeable sur notre site.

cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale,

"Contrat de vente": tout contrat au sens de l'article 1582 du code civil, ainsi que tout contrat ayant à la fois pour objet la vente d'un bien et la fourniture d'un service, conclu entre un professionnel et un consommateur ;

"Contrat de prestation de services": tout contrat ayant pour objet la fourniture d'un service par le professionnel en contrepartie duquel le consommateur s'engage à payer le prix,

« Litige national » : un litige 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 Etat membre que celui du lieu d'établissement du professionnel ;

« Litige transfrontalier »: un litige 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 un Etat membre autre que celui du lieu d'établissement du professionnel ;

« Médiateur » : la personne physique ou la personne morale accomplissant une mission de médiation conventionnelle ;

“ Médiation des litiges de la consommation ”: un processus de médiation conventionnelle, tel que défini à 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 ou un autre processus de médiation conventionnelle prévu par la loi ;

Article 2 - Objet de la charte

Cette charte précise les modalités de fonctionnement et d'utilisation de la médiation mise en place en vue du règlement extrajudiciaire d'un litige national ou transfrontalier survenant entre un consommateur et un professionnel de l'automobile. On entend par professionnel de l'automobile, tout professionnel dont l'activité relève de la convention collective des services de l'automobile à l'exclusion des branches métiers non structurées au sein de la FNA.

Le médiateur de la consommation couvre les litiges impliquant des consommateurs et des professionnels ayant la qualité de:

- Agents de marques,
- Carrossiers,
- Centres de contrôle technique,
- Concessionnaires,
- Démolisseur,
- Dépanneurs-remorqueurs,
- Détaillants en carburants (stations-services),

- Entreprises de formation des conducteurs (auto-écoles),
- Fouriéristes,
- Mécaniciens, réparateurs automobiles,
- Négociants en véhicules,
- Vendeurs de véhicules neufs ou d'occasion,

Conformément à l'article L 611-3 du Code de la Consommation, la médiation ne s'applique pas :

- aux litiges entre professionnels,
- aux réclamations portées par le consommateur auprès du service clientèle du professionnel,
- aux négociations directes entre le consommateur et le professionnel,
- aux tentatives de conciliation ou de médiation ordonnées par un tribunal saisi du litige de consommation ;
- Aux procédures introduites par un professionnel contre un consommateur.

Les consommateurs et les professionnels souhaitant bénéficier des services du médiateur auprès de la FNA veillent à respecter les dispositions de la charte et celles du code de la consommation en matière de médiation de la consommation.

Article 3 - Principes fondamentaux de la charte

La présente charte établit des exigences garantissant au requérant, qu'après le dépôt de sa réclamation, il ait **accès à une procédure transparente, efficace, équitable, et de qualité.**

Article 4 – Le Médiateur de la consommation

Afin d'assurer la pleine efficacité de la médiation, le médiateur de la consommation dispose des compétences nécessaires. Il est **indépendant et impartial** dans le traitement des dossiers qui lui sont soumis. Le médiateur de la consommation s'engage à respecter les termes de la présente charte dans toutes ses dispositions, et celles du code de la consommation en matière de médiation de la consommation.

Article 4-1 – Désignation du médiateur de la consommation

Le médiateur de la consommation est désigné par le Président national de la FNA pour **une durée de trois ans** renouvelables. Son mandat est irrévocable, sauf cas de force majeure. Dans ce cas, le Président National en informe sans délai la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation (CECM).

Le Médiateur auprès de la FNA a été inscrit en tant que médiateur de la consommation sur la liste des médiateurs notifiés à la Commission européenne par décision du 22 juillet 2016 de la Commission d'Evaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC). Le renouvellement de son agrément a été délivré par la CECMC le 13 août 2019.

Afin de remplir pleinement ses missions, le Médiateur de la consommation peut s'appuyer ou requérir, s'il le souhaite et à sa seule discrétion, l'avis de professionnels justifiant notamment d'aptitudes ou de compétences spécifiques indéniables. Ces référents techniques peuvent notamment relever du secteur de l'expertise automobile, des équipementiers, des professionnels du droit.

Article 4-2 -Indépendance

Le médiateur de la consommation n'entretient aucun lien hiérarchique et fonctionnel avec la FNA ou ses adhérents. A ce titre, il dispose de moyens financiers propres et des moyens humains placés sous son autorité directe.

La FNA s'interdit de s'immiscer dans la mission du médiateur de la consommation et ne dispose d'aucun pouvoir d'injonction ou de contrôle sur la conduite de la médiation et sur les propositions de solution qui pourraient être rendues.

Article 4-3 – Formation, compétence et aptitude du médiateur de la consommation

Le médiateur de la consommation est désigné pour son expertise et sa connaissance des problématiques des métiers de la filière de l'automobile. Ancien professionnel de l'automobile, il dispose des **aptitudes requises pour comprendre le différend qui oppose les parties, en cerner les implications juridiques, techniques et financières.**

Le médiateur de la consommation justifie d'une formation ou d'une expérience dans le domaine de la médiation et d'une compréhension générale du droit. Il est en outre formé régulièrement sur l'évolution des systèmes de médiation. Son intervention doit s'exercer tout au long de la procédure en toute impartialité et indépendance. Aucune partie ou tiers n'est en droit de donner des instructions ou consignes visant à orienter l'issue du litige.

Au-delà de ses compétences professionnelles, le médiateur de la consommation doit faire preuve de qualités indispensables à toute procédure de médiation à savoir, **capacité d'écoute des parties, pédagogie tant à l'écrit qu'à l'oral** afin d'être parfaitement compris des parties.

Article 4-4 – conflits d'intérêts

Le médiateur de la consommation **communiquera sans délai à la CECM et aux parties toutes circonstances susceptibles d'affecter ou d'être considérées comme affectant son indépendance** et son impartialité ou de donner lieu à un conflit d'intérêts avec l'une ou l'autre partie au litige qu'il est chargé de résoudre⁴. Cette obligation de communication de ces événements s'impose tout au long de la procédure.

Dans ce cas, les parties peuvent s'opposer à la poursuite de sa mission sauf si elles acceptent qu'il le traite. En tout état de cause, le médiateur de la consommation communique aux parties les coordonnées d'un autre médiateur de la consommation auxquels elles peuvent recourir.

Article 4-5 – Confidentialité

La médiation 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 de la procédure civile, pénale et administrative. Le médiateur de la consommation est garant de la confidentialité des litiges qui lui sont soumis tout au long de la procédure. La **confidentialité étant une composante fondamentale de la**

⁴ Article R 613 -1 du Code de la Consommation

médiation, cette obligation s'impose aux tiers auxquels le médiateur de la consommation fait appel pour avis ou expertise.

Les parties doivent pouvoir échanger librement sans crainte. Les informations communiquées durant une procédure ne doivent pas être divulguées, sauf contrainte légale ou judiciaire. Dès lors, seules les parties et les services dédiés à la médiation peuvent avoir accès aux informations tenant aux noms et à la qualité des parties, à l'objet du litige, aux dommages ou préjudices constatés ou encore aux propositions visant à transiger le différend dans les conditions prévues à l'article R 612-3 du Code de la consommation.

Enfin, le contenu des propositions de solution rendues par le médiateur de la consommation doit rester confidentiel.

Article 5 – Litiges ne pouvant être examinés par le médiateur de la consommation

Conformément à l'article L 612-2 du Code de la consommation, un litige ne peut être examiné par le médiateur de la consommation lorsque :

- a) 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 ;
- b) La demande est manifestement infondée ou abusive ; c) Le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal ;
- d) Le consommateur a introduit sa demande auprès du médiateur dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel ;
- e) Le litige n'entre pas dans son champ de compétence prévu à l'article 2 de la présente charte.

Article 6 – Comment saisir le médiateur de la consommation ?

La saisine du médiateur de la consommation se fait en **langue française par écrit** :

- **Soit par courrier postal** à l'adresse suivante :

Médiateur auprès de la FNA

Immeuble Axe Nord

9 et 11 Avenue Michelet

93 583 Saint Ouen CEDEX

- **Soit directement en ligne au moyen d'un formulaire figurant sur notre site Internet** <http://www.mediateur.fna.fr>.

Le consommateur, auteur de la réclamation, peut saisir le médiateur de la consommation **seul ou être représenté par un avocat ou encore se faire assister par toute personne de son choix** dont une association de consommateurs. Dans ce cas, il est rappelé que les frais induits par cette représentation ou assistance restent à la charge du consommateur conformément à l'article R 612-1 du Code de la consommation.

Le consommateur peut télécharger sur le site de la FNA un formulaire de dépôt de sa réclamation pour l'aider à construire son dossier. Ce formulaire est en outre accompagné d'une liste de pièces pouvant

lui être demandées.

Dès lors que le dossier déposé par le consommateur est recevable, dans les conditions décrites ci-dessous⁵, **le médiateur de la consommation notifie par écrit aux parties sa saisine**. C'est le point de départ du délai de 90 jours pour l'exécution de la médiation. **Il est rappelé qu'il est indispensable que le dossier ait déjà fait l'objet d'une réclamation écrite préalable auprès du professionnel, datant de moins d'un an.**

Quel que soit le mode de saisine, le requérant s'engage à donner une information claire, conforme à la réalité et complète. Une adresse courriel valide est recommandée car elle facilitera les échanges avec le médiateur de la consommation. Si le requérant souhaite des renseignements sur les informations à renseigner, il peut adresser sa demande à l'adresse mediateur@fna.fr.

Article 7 – Etude de la recevabilité de la demande

Le médiateur de la consommation **analyse la recevabilité** de la demande de médiation dont il est saisi. Dans l'hypothèse où le litige ne peut pas être examiné par le Médiateur de la consommation, il informe par écrit le consommateur du rejet de sa demande de médiation dans un délai maximum de **trois semaines à compter de la réception de son dossier**.

Une fois la demande du requérant déclarée recevable, le médiateur de la consommation notifie aux parties sa saisine et procède à l'examen du dossier. Il peut, si nécessaire, demander des explications aux parties, des pièces complémentaires. A partir de cet instant, **la médiation commence**.

Article 8 – Déroulement de la médiation

Le médiateur de la consommation pilote la médiation entre les parties au litige. Il recueille les arguments et les prétentions de chacune des parties qui s'engagent à lui faire part de tout fait ayant un impact direct ou indirect sur le litige depuis le dépôt de la réclamation. Le médiateur de la consommation en informe l'autre partie par écrit (courriel, postal, fax) si cela est utile au processus de médiation.

Lors de sa médiation, le médiateur de la consommation veille à instaurer des échanges **en toute équité**. En fonction du dossier, ces échanges pourront se faire en présentiel, téléphoniquement ou sur pièces. En cas de présentiel, **il peut décider de recevoir les parties ensemble ou séparément**. Toutes les informations recueillies et les débats organisés en vue de la résolution du litige se font dans un cadre confidentiel. Chaque partie **est libre d'exprimer son point de vue**. Il communique, à la demande de l'une des parties, tout ou partie des pièces du dossier sur le fondement de l'article R 612-3 du Code de la consommation.

En outre, les parties **peuvent solliciter l'avis d'un expert indépendant**. Conformément à l'article R 612-1 du Code de la consommation, **les frais restent à la charge de celui qui le demande, sauf si la demande est conjointe** selon la même disposition. Les frais sont alors partagés. Elles acceptent et comprennent que le médiateur de la consommation puisse également à l'occasion d'un litige recourir à l'avis d'un tiers indépendant (un expert en automobile, un professionnel du droit, un équipementier ...) pour l'éclairer sur tous les aspects techniques du dossier.

Bien entendu, **la procédure de médiation est facultative**, librement acceptée par les parties, qui restent **libres de l'interrompre**, de la poursuivre ou d'y mettre un terme à tout moment.

⁵ Il leur rappelle à cette occasion que les parties peuvent se retirer à tout moment du processus.

A défaut d'accord entre les parties, le médiateur de la consommation leur propose une **solution au litige**. En tout état de cause, l'issue de la médiation intervient dans un délai de 90 jours à compter de la notification faite par le médiateur de la consommation de sa saisine (article 6 des présentes). Le médiateur de la consommation **peut prolonger ce délai à tout moment en cas de litige complexe** et en avise les parties conformément à l'article R 612-5 du Code de la consommation. Pendant toute la durée de la procédure, la prescription est suspendue conformément à l'article 2238 du Code Civil.

Article 9 – Fin du processus de médiation

A défaut d'accord entre les parties sur le litige qui les oppose, le médiateur de la consommation leur notifie sa proposition de solution. Il veille à rappeler dans un premier temps les circonstances et l'objet du différend, les prétentions de parties, les rencontres éventuelles ayant rythmé la procédure.

Ce rappel effectué, il rend, dans un second temps, la proposition de médiation en s'appuyant au besoin sur des analyses techniques et juridiques (ex : chiffrage financier, obligation de faire, dédommagement ...). Chaque partie **est libre de suivre ou non la solution ainsi rendue. Les parties disposent d'un délai de 14 jours ouvrés pour informer le médiateur de leur décision, en renvoyant le formulaire joint au courrier de proposition. A défaut de manifestation dans ce délai, la proposition rendue par le médiateur de la consommation sera réputée refusée par les parties.** Celles-ci reconnaissent que la solution proposée peut être différente de la décision qui serait rendue par un juge qu'elles peuvent par ailleurs saisir si elles le souhaitent pendant la médiation.

A la clôture du dossier, une **enquête de satisfaction est envoyée aux parties**. Les réponses sont analysées de façon anonyme aux fins de perfectionnement du service.

L'issue de la médiation intervient en tout état de cause au plus tard dans un délai de 90 jours à compter de la date de la notification de sa saisine aux parties prévues à l'article 6 des présentes sauf prolongation prévue à l'article 8.

Les solutions ainsi proposées n'ont aucun effet contraignant.

Article 10 – Responsabilité

Les parties ayant recours au système de médiation veillent à respecter les termes de la charte et celles du code de la consommation en matière de médiation de la consommation. Les parties sont responsables des pièces et informations fournies au médiateur de la consommation. Ce dernier se réserve le droit de ne pas tenir compte, sans mise en demeure préalable, de tout contenu qui contreviendrait à la législation en vigueur.

Le médiateur de la consommation se réserve la possibilité de mettre en cause la responsabilité civile ou pénale d'une partie à une procédure de médiation, notamment en cas de propos à caractères racistes, injurieux, diffamatoire, quel que soit le support utilisé.

Le médiateur de la consommation et les personnes auxquelles il souhaite recourir dans le cadre de sa mission (expert automobile, équipementier ...), **s'engage à respecter les termes de la charte** et celles du code de la consommation en matière de médiation de la consommation et pour ces personnes, les éventuelles conventions encadrant leur mission. Le médiateur de la consommation reste en tout état de cause garant du bon déroulement de la médiation. Les parties acceptent et comprennent qu'il n'est tenu qu'à une obligation de moyen. Ceci implique également qu'en se prononçant en équité et en privilégiant un arrangement amiable, **la solution retenue n'est pas nécessairement conforme à ce que les parties auraient obtenu devant la justice.**

En aucun cas, sa responsabilité ne pourra être engagée tant sur la procédure de médiation elle-même

que sur l'issue de la conciliation.

Article 11 – Données personnelles

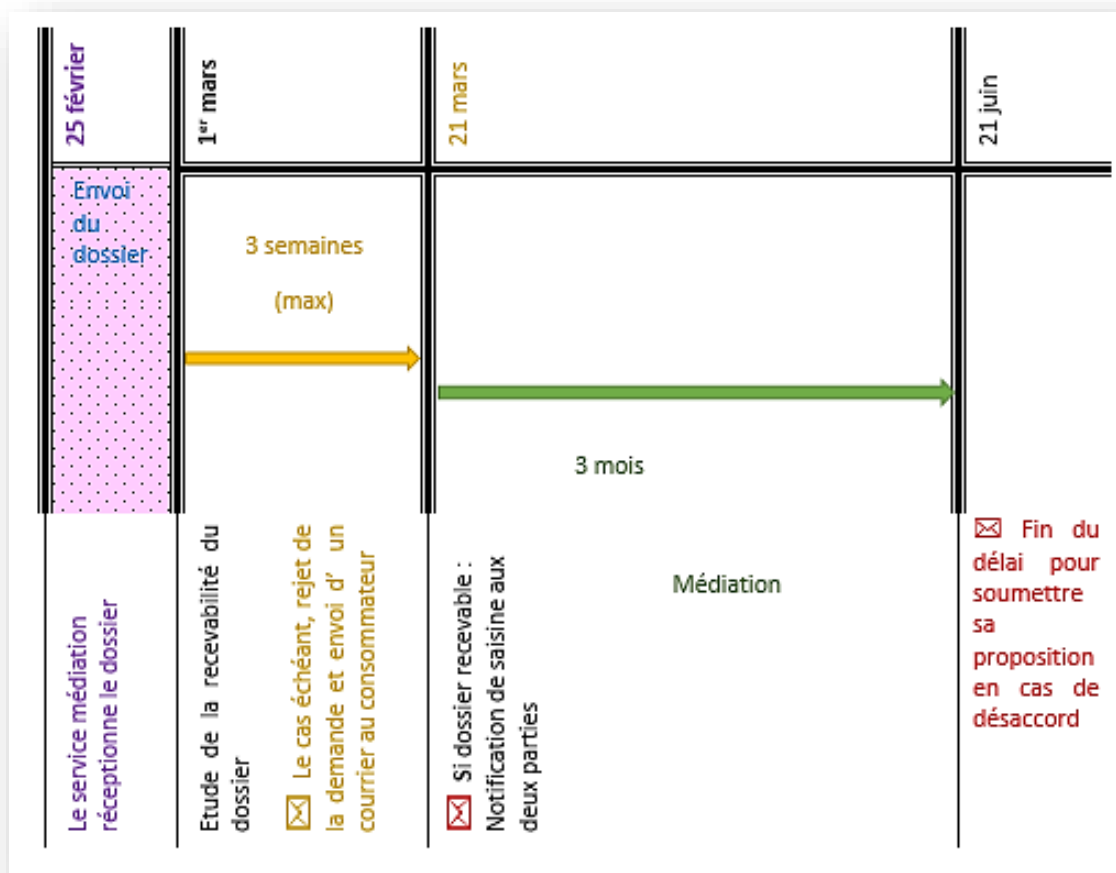
Les parties vont, tout au long de la procédure de médiation, fournir des informations et des données personnelles. Le médiateur de la consommation veille à les collecter et à les traiter conformément à la législation en vigueur. Ces données sont exclusivement destinées au traitement de la demande du requérant et à des fins statistiques.

Conformément aux dispositions de la Loi 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée en 2004 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, tout utilisateur dispose d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux données personnelles le concernant, en adressant une demande écrite et signée, accompagnée d'une copie du titre d'identité avec signature du titulaire de la pièce, à l'adresse suivante : Médiateur auprès de la FNA, 9 et 11 Avenue Michelet, 93 583 Saint Ouen.

Article 12 – Evolution de la charte

En cas d'évolution de la charte, les parties engagées dans une procédure de médiation valablement enregistrée, en seront informées 1 mois avant la prise d'effet de la version mise à jour.

Schéma de la médiation



ANNEXE 2 : AFFICHE MEDIATEUR RESERVEE AUX ADHERENTS DE LA FNA




MEDIATION DES LITIGES DE CONSOMMATION

Articles L. 611-1 et suivants du code de la consommation

ICI, NOUS AVONS DESIGNÉ LE MÉDIATEUR AUPRÈS DE LA FNA*



MEDIATION

POURQUOI UNE MEDIATION ?

La médiation des litiges de consommation est une procédure amiable qui vous permet de trouver rapidement une solution au litige qui vous oppose au professionnel. Le médiateur a pour objectif de rapprocher les parties pour aboutir à un accord et éviter ainsi le recours à une procédure judiciaire.

COMMENT SAISIR LE MEDIATEUR ?

Le consommateur doit obligatoirement adresser une réclamation au professionnel avant de saisir le médiateur. La médiation est gratuite pour le consommateur.

- www.mediateur.fna.fr (formulaire de saisine en ligne)
- Médiateur auprès de la FNA Immeuble Axe Nord 9/11 avenue Michelet 93583 Saint Ouen Cedex
- mediateur@fna.fr

Plus d'informations sur www.mediateur.fna.fr



*Le Médiateur auprès de la FNA est inscrit sur la liste de médiateurs agréés à la Commission européenne par décision de 22 juillet 2015. Le service de médiation des litiges de consommation est réservé aux adhérents de la Fédération Nationale de l'Automobile (FNA) à par de leur adhésion. Son efficacité est évaluée lors de dépôt de dossier de médiation. Notre entreprise est affiliée directement à la FNA.

ANNEXE 3 : DISPOSITIONS DU CODE DE LA CONSOMMATION SUR LA MEDIATION DES LITIGES DE CONSOMMATION

Chapitre Ier : Définitions et champ d'application

Article L611-1

Pour l'application du présent titre, on entend par :

1° Litige national : un litige 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 Etat membre que celui du lieu d'établissement du professionnel ;

2° Litige transfrontalier : un litige 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 un Etat membre autre que celui du lieu d'établissement du professionnel ;

3° Contrat de vente : tout contrat au sens de l'[article 1582 du code civil](#), ainsi que tout contrat ayant à la fois pour objet la vente d'un bien et la fourniture d'un service, conclu entre un professionnel et un consommateur ;

4° Contrat de prestation de services : tout contrat ayant pour objet la fourniture d'un service par le professionnel en contrepartie duquel le consommateur s'engage à payer le prix ;

5° Médiation des litiges de la consommation : un processus de médiation conventionnelle, tel que défini à 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 ou un autre processus de médiation conventionnelle prévu par la loi ;

6° Médiateur de la consommation : la personne physique ou la personne morale accomplissant une mission de médiation conventionnelle ;

7° Médiateur public : médiateur désigné par une autorité publique dans les conditions fixées par la loi, laquelle détermine également son statut, son champ de compétences dans le domaine des litiges prévus au présent titre et ses modalités d'intervention.

Article L611-2

La médiation de la consommation s'applique à un litige national ou transfrontalier entre un consommateur et un professionnel. Elle est régie par les dispositions du présent titre ainsi que, dans la mesure où elles ne leur sont pas contraires, par celles du [chapitre Ier du titre II de la loi du 8 février 1995](#) mentionnée à l'article [L. 611-1](#).

Article L611-3

La médiation des litiges de la consommation ne s'applique pas :

1° Aux litiges entre professionnels ;

2° Aux réclamations portées par le consommateur auprès du service clientèle du professionnel

3° Aux négociations directes entre le consommateur et le professionnel ;

4° Aux tentatives de conciliation ou de médiation ordonnées par un tribunal saisi du litige de consommation ;

5° Aux procédures introduites par un professionnel contre un consommateur.

Article L611-4

Ne sont pas considérés comme des litiges de consommation, au sens du présent titre, les litiges concernant :

1° Les services d'intérêt général non économiques ;

2° Les services de santé fournis par des professionnels de la santé aux patients pour évaluer, maintenir ou rétablir leur état de santé, y compris la prescription, l'administration et la fourniture de médicaments et de dispositifs médicaux ;

3° Les prestataires publics de l'enseignement supérieur.

Chapitre II : Processus de médiation des litiges de consommation

Article L612-1

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. A cet effet, le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation. Le professionnel peut mettre en place son propre dispositif de médiation de la consommation ou proposer au consommateur le recours à tout autre médiateur de la consommation répondant aux exigences du présent titre.

Lorsqu'il existe un médiateur de la consommation dont la compétence s'étend à l'ensemble des entreprises d'un domaine d'activité économique dont il relève, le professionnel permet toujours au consommateur d'y recourir.

Les modalités selon lesquelles le processus de médiation est mis en œuvre sont précisées par décret en Conseil d'Etat.

Article L612-2

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 ;

2° La demande est manifestement infondée ou abusive ;

3° Le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal ;

4° Le consommateur a introduit sa demande auprès du médiateur dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel ;

5° Le litige n'entre pas dans son champ de compétence.

Le consommateur est informé par le médiateur, dans un délai de trois semaines à compter de la réception de son dossier, du rejet de sa demande de médiation.

Article L612-3

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 de la procédure civile, pénale et administrative.

Article L612-4

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.

Article L612-5

Lorsqu'un médiateur public est compétent pour procéder à la médiation d'un litige de consommation, ce litige ne peut donner lieu à d'autres procédures de médiation conventionnelle, au sens du présent titre, sous réserve de l'existence d'une convention, notifiée à la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation mentionnée à l'article [L. 615-1](#), qui répartit les litiges entre les médiateurs concernés.

Chapitre III : Statut du médiateur de la consommation**Article L613-1**

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 établit chaque année un rapport sur son activité.

Il satisfait aux conditions suivantes :

- 1° Posséder des aptitudes dans le domaine de la médiation ainsi que de bonnes connaissances juridiques, notamment dans le domaine de la consommation ;
- 2° Etre nommé pour une durée minimale de trois années ;
- 3° Etre rémunéré sans considération du résultat de la médiation ;
- 4° Ne pas être en situation de conflit d'intérêts et le cas échéant le signaler.

Il est inscrit sur la liste des médiateurs notifiée à la Commission européenne.

Les modalités d'application du présent article sont fixées par décret en Conseil d'Etat.

Article L613-2

Lorsqu'il est employé ou rémunéré exclusivement par le professionnel, le médiateur de la consommation satisfait aux conditions supplémentaires suivantes :

- 1° Il est désigné, selon une procédure transparente, par un organe collégial mis en place par l'entreprise, comprenant des représentants d'associations de défense des consommateurs agréées et des représentants du professionnel, ou relevant d'une instance nationale consultative dans le domaine de la consommation ou propre à un secteur d'activité dans des conditions fixées par décret
- 2° A l'issue de son mandat, le médiateur a l'interdiction de travailler pendant au moins trois ans pour le professionnel qui l'a employé ou pour la fédération à laquelle ce professionnel est affilié
- 3° Aucun lien hiérarchique ou fonctionnel entre le professionnel et le médiateur ne peut exister pendant l'exercice de sa mission de médiation. Le médiateur est clairement séparé des organes opérationnels du professionnel et dispose d'un budget distinct et suffisant pour l'exécution de ses missions.

Article L613-3

Lorsque le médiateur de la consommation est employé ou rémunéré exclusivement par un organisme ou une fédération professionnelle, il répond aux exigences prévues par les dispositions de l'article [L. 613-1](#) et dispose d'un budget distinct et suffisant pour mener à bien sa mission, hormis le cas où il appartient à un organe collégial, composé à parité de représentants d'associations agréées de défense des consommateurs et de représentants des professionnels.

Chapitre IV : Obligations de communication du médiateur de la consommation**Article L614-1**

Tout médiateur de la consommation met en place un site internet consacré à la médiation et fournissant un accès direct aux informations relatives au processus de médiation.

Ce site permet aux consommateurs de déposer en ligne une demande de médiation accompagnée des documents justificatifs.

Sur demande, ces informations peuvent être mises à disposition sur un autre support durable.

Article L614-2

Le médiateur fournit sur son site internet un lien électronique vers la plate-forme européenne de résolution en ligne des litiges prévue par le règlement (UE) n° 524/2013 du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation et modifiant le règlement (CEE) n° 2006/2004 et la directive n° 2009/22/CE (règlement relatif au RLLC).

Article L614-3

Les parties doivent toujours avoir la possibilité de recourir à la médiation par voie postale.

Article L614-4

La liste des informations mentionnée à l'article [L. 614-1](#) et le rapport annuel mentionné à l'article [L. 613-1](#) sont mis à la disposition du public et communiqués par le médiateur, selon les modalités fixées par décret en Conseil d'Etat.

Article L614-5

Le médiateur de la consommation communique à la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation mentionnée à l'article [L. 615-1](#) les informations relatives à ses compétences, son organisation et son activité. La liste de ces informations est fixée par décret en Conseil d'Etat.

Chapitre V : Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation**Article L615-1**

La commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation, placée auprès du ministre chargé de l'économie, a pour mission :

1° D'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](#) ;

2° De procéder à la notification des médiateurs inscrits sur cette liste auprès de la Commission européenne ;

3° D'évaluer leur activité de médiation et d'en contrôler la régularité.

Article L615-2

Si un médiateur ne satisfait pas aux conditions exigées au présent titre, la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation refuse son inscription sur la liste prévue par l'article [L. 615-1](#).

S'il est déjà inscrit et qu'il ne répond plus à ces conditions ou ne respecte pas les obligations lui incombant, la commission peut décider du retrait de l'intéressé de cette liste.

La décision prononçant le refus d'inscription ou le retrait de la liste est prise dans des conditions et suivant la procédure fixées par décret en Conseil d'Etat. Elle est motivée et notifiée à l'intéressé.

Article L615-3

La commission peut être saisie par le ministre chargé de l'économie, par le ministre chargé de la consommation, par l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution, par les associations de défense des consommateurs agréées ou par les organisations professionnelles de toute pratique de médiation ou de toute condition d'exercice de l'activité de médiateur considérée comme contraire aux dispositions du présent titre.

Elle peut également se saisir d'office.

La commission rend son avis dans un délai maximal de trois mois à compter de sa saisine.

Article L615-4

Un décret en Conseil d'Etat précise la composition, l'organisation, les moyens et les modalités de fonctionnement de la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation.

Chapitre VI : Information et assistance du consommateur

Article L616-1

Tout professionnel communique au consommateur, selon des modalités fixées par décret en Conseil d'Etat, les coordonnées du ou des médiateurs compétents dont il relève.

Le professionnel est également tenu de fournir cette même information au consommateur, dès lors qu'un litige n'a pas pu être réglé dans le cadre d'une réclamation préalable directement introduite auprès de ses services.

Article L616-2

Le cas échéant, il informe en outre le consommateur des dispositions prises pour mettre en œuvre l'article 14 du règlement (UE) n° 524/2013 du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation et modifiant le règlement (CEE) n° 2006/2004 et la directive n° 2009/22/CE (règlement relatif au RLLC).

Article L616-3

En cas de litige transfrontalier, tout consommateur bénéficie, selon des modalités fixées par décret en Conseil d'Etat, de l'assistance et des informations nécessaires pour être orienté vers l'entité de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation compétente dans un autre Etat membre.

Dispositions réglementaires

Chapitre Ier : Définitions et champ d'application

Le présent chapitre ne comprend pas de dispositions réglementaires.

Chapitre II : Processus de médiation des litiges de consommation

Article R612-1

La médiation des litiges de la consommation mentionnée au 5° de l'article [L. 611-1](#) satisfait aux exigences suivantes :

1° Elle est aisément accessible par voie électronique ou par courrier simple à toutes les parties, consommateur ou professionnel ;

2° Elle est gratuite pour le consommateur à l'exception des frais prévus aux 3° et 4° ;

3° Les parties ont la faculté, à leur charge, de se faire représenter par un avocat ou de se faire assister par toute personne de leur choix à tous les stades de la médiation ;

4° Chaque partie peut également solliciter l'avis d'un expert, dont les frais sont à sa charge. En cas de demande conjointe d'expertise, les frais sont partagés entre les parties.

Article R612-2

Dès réception des documents sur lesquels est fondée la demande du consommateur, le médiateur de la consommation notifie aux parties par voie électronique ou par courrier simple sa saisine. Cette notification rappelle aux parties qu'elles peuvent à tout moment se retirer du processus.

Article R612-3

Le médiateur communique, à la demande de l'une des parties, tout ou partie des pièces du dossier. Le médiateur peut recevoir les parties ensemble ou séparément. A défaut d'accord amiable entre elles, il leur propose une solution pour régler le litige.

Article R612-4

Le médiateur, en faisant connaître aux parties la solution qu'il propose, leur rappelle, par courrier simple ou par voie électronique :

1° Qu'elles sont libres d'accepter ou de refuser sa proposition de solution ;

2° Que la participation à la médiation n'exclut pas la possibilité d'un recours devant une juridiction ;

3° Que la solution peut être différente de la décision qui serait rendue par un juge.

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.

Article R612-5

L'issue de la médiation intervient, au plus tard, dans un délai de quatre-vingt-dix jours à compter de la date de la notification mentionnée à l'article [R. 612-2](#). Le médiateur peut prolonger ce délai, à tout moment, en cas de litige complexe. Il en avise immédiatement les parties.

Chapitre III : Statut du médiateur de la consommation**Article R613-1**

Le médiateur de la consommation informe sans délai les parties de la survenance de toute circonstance susceptible d'affecter son indépendance, son impartialité ou de nature à créer un conflit d'intérêts ainsi que de leur droit de s'opposer à la poursuite de sa mission. Si l'une des parties refuse en conséquence de poursuivre la médiation, il est mis fin à la mission du médiateur. Lorsque le médiateur est une personne morale, il est pourvu au remplacement de la personne physique chargée d'accomplir la mission de médiation.

Le médiateur ne peut recevoir aucune instruction des parties.

Article D613-2

L'organe collégial qui procède à la désignation des médiateurs relevant des dispositions de l'article [L. 613-2](#) est composé paritairement d'au moins deux représentants d'associations de consommateurs agréées et d'au moins deux représentants du professionnel.

Les associations de consommateurs agréées qui participent à la désignation de ces médiateurs ne peuvent être membres de la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation.

Chapitre IV : Obligations de communication du médiateur de la consommation**Article R614-1**

Le site internet du médiateur de la consommation mentionné à l'article [L. 614-1](#) comprend les informations suivantes :

- 1° Les adresses postale et électronique du médiateur ;
- 2° La mention de son inscription sur la liste des médiateurs établie conformément à l'article [L. 615-1](#) ;
- 3° La décision de sa nomination et la durée de son mandat ;
- 4° Ses diplômes ou son parcours professionnel ;
- 5° Son appartenance, le cas échéant, à des réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers ;
- 6° Les types de litiges relevant de sa compétence ;
- 7° La référence aux dispositions législatives et réglementaires relatives à la médiation des litiges de consommation ;
- 8° Les cas dans lesquels, en application de l'article [L. 612-2](#), un litige ne peut faire l'objet d'une médiation ;
- 9° La liste des langues utilisées pour la médiation ;

10° Le lien vers le site internet de la Commission européenne dédié à la médiation de la consommation.

Article R614-2

Le médiateur met également à la disposition du public sur son site internet ou communique sur demande son rapport annuel d'activité comprenant les informations suivantes :

- 1° Le nombre de litiges dont il a été saisi et leur objet ;
- 2° Les questions les plus fréquemment rencontrées dans les litiges qui lui sont soumis et ses recommandations afin de les éviter ;
- 3° La proportion de litiges qu'il a refusé de traiter et l'évaluation en pourcentage des différents motifs de refus ;
- 4° Le pourcentage des médiations interrompues et les causes principales de cette interruption ;
- 5° La durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges ;
- 6° S'il est connu, le pourcentage des médiations qui sont exécutées ;
- 7° L'existence de la coopération au sein de réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers ;
- 8° Pour les médiateurs rémunérés ou employés exclusivement par un professionnel, le pourcentage des solutions proposées en faveur du consommateur ou du professionnel ainsi que le pourcentage des litiges résolus à l'amiable.

Article R614-3

Toute personne physique ou morale qui souhaite être inscrite sur la liste des médiateurs prévue à l'article [L. 615-1](#) communique à la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation mentionnée au même article, outre les informations mentionnées aux 3° à 9° de l'article [R. 614-1](#) :

- 1° Ses coordonnées et l'adresse de son site internet ;
- 2° Une déclaration de motivation justifiant sa désignation comme médiateur de la consommation ;
- 3° Les informations sur sa structure et les modalités de financement de son activité de médiateur de la consommation, le cas échéant les frais de sa prestation facturés au professionnel, ainsi que, lorsqu'il existe une entité regroupant plusieurs médiateurs, les modalités de financement de cette entité, le niveau de rémunération et la durée du mandat de chacun d'entre eux ;
- 4° Une description du déroulement interne de la médiation.

Le médiateur notifie sans délai à la commission toute modification de ces informations.

Article R614-4

Le médiateur de la consommation transmet également à la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation les informations nécessaires à l'évaluation de son activité, et ce, au moins tous les deux ans. Ces informations comprennent au minimum, outre celles figurant à l'article [R. 614-2](#) :

- 1° Une description des formations suivies en matière de médiation ;
- 2° Une évaluation de l'efficacité de la médiation et des moyens envisageables pour améliorer ses résultats.

Chapitre V : Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation

Article R615-1

La commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation mentionnée à l'article L. 615-1 est composée :

- 1° D'un conseiller d'Etat ;
- 2° D'un conseiller à la Cour de cassation en activité ou honoraire ;
- 3° De quatre personnalités qualifiées dans le domaine juridique ou en matière de médiation ;
- 4° De deux représentants des associations de consommateurs agréées au plan national ;
- 5° De deux représentants d'organisations professionnelles.

Les dispositions de [l'article 74](#) de la loi n° 2014-873 du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes et du [décret n° 2015-354 du 27 mars 2015](#) relatif à l'égal accès des femmes et des hommes aux commissions et instances consultatives ou délibératives placées auprès du Premier ministre, des ministres ou de la Banque de France sont applicables à la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation.

Article R615-2

Les membres de la commission sont nommés par arrêté du ministre chargé de l'économie pour une durée de trois ans renouvelable, sur proposition du vice-président du Conseil d'Etat pour le conseiller d'Etat et sur proposition du premier président de la Cour de cassation pour le conseiller à la Cour de cassation.

Des suppléants sont désignés en nombre égal et dans les mêmes formes.

Le président et le vice-président de la commission sont choisis, parmi les membres mentionnés aux 1° et 2° de l'article [R. 615-1](#), par arrêté du ministre chargé de l'économie.

Article R615-3

Le président et le vice-président de la commission bénéficient d'une indemnité forfaitaire annuelle dont le montant est fixé par arrêté conjoint des ministres chargés de l'économie et du budget. Les autres membres de la commission bénéficient d'une indemnité dont le taux par séance est fixé par arrêté conjoint des mêmes ministres.

Les membres de la commission peuvent se faire rembourser leurs frais de déplacement dans les conditions fixées par le [décret n° 2006-781 du 3 juillet 2006](#) fixant les conditions et les modalités de règlement des frais occasionnés par les déplacements temporaires des personnels civils de l'Etat.

Article R615-4

La commission peut faire appel à des rapporteurs appartenant aux services de l'Etat en charge des secteurs d'activité concernés pour l'instruction des dossiers nécessaires à l'établissement de la liste des médiateurs notifiée à la Commission européenne, ainsi que pour leur évaluation, conformément à l'article [L. 615-1](#).

A cette même fin, la commission peut également saisir, pour avis, les autorités publiques indépendantes et les autorités administratives indépendantes, dans les domaines d'activité où elles interviennent.

Dans l'exercice de ses missions, la commission coopère avec ses homologues étrangers.

Article R615-5

La commission examine les candidatures des personnes souhaitant être inscrites sur la liste des médiateurs de la consommation au vu des informations communiquées en application de l'article [R. 614-3](#) et décide de leur inscription sur cette liste.

Article R615-6

La commission notifie à la Commission européenne, en application de l'article [L. 615-1](#), la liste des médiateurs de la consommation en précisant que ces derniers satisfont aux exigences de qualité et remplissent les conditions prévues aux articles [R. 612-1](#) à [R. 612-5](#). La liste précise pour chaque médiateur :

- 1° Son nom, ses coordonnées et l'adresse de son site internet ;
- 2° La ou les langues dans lesquelles les demandes de médiation peuvent être introduites et les processus de médiation se dérouler ;
- 3° Les types de litiges relevant du champ de compétence du médiateur ;
- 4° Les secteurs et les catégories de litiges relevant de sa compétence ;
- 5° Le cas échéant, les frais de sa prestation facturés au professionnel ;
- 6° La nécessité ou la possibilité de la présence physique des parties ou de leurs représentants ainsi que le caractère oral ou écrit du processus de médiation ;
- 7° Le caractère non contraignant de l'issue de la procédure de médiation ;
- 8° Les hypothèses dans lesquelles un litige ne peut être traité par le médiateur.

Si ces informations font l'objet de modifications dans les conditions prévues au dernier alinéa de l'article R. 614-3, la commission actualise sans délai la liste et notifie les informations pertinentes à la Commission européenne.

Article R615-7

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. Si elle estime qu'un médiateur ne satisfait plus à ces exigences, elle avise ce dernier, par décision motivée, des manquements constatés et lui demande de se mettre en conformité dans un délai de trois mois à compter de la date de sa décision. A l'expiration de ce délai, la commission statue sur le retrait du médiateur de la liste mentionnée à l'article [L. 615-1](#).

Article R615-8

La commission met à la disposition du public la liste actualisée des médiateurs sur son site internet et fournit le lien vers le site internet de la Commission européenne consacré à la médiation de la consommation ainsi que le lien vers le site internet du Centre européen des consommateurs France.

Cette liste est également publiée au Bulletin officiel de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

Article R615-9

La commission publie sur son site internet, tous les quatre ans, un rapport sur l'évolution et le fonctionnement des médiations de la consommation et le communique à la Commission européenne. Ce rapport contient :

- 1° Le recensement des bonnes pratiques des médiateurs ;
- 2° Les dysfonctionnements des processus de médiation relevés à l'aide de statistiques ;
- 3° Des recommandations en vue de l'amélioration du fonctionnement effectif des médiations et de l'efficacité des médiateurs.

Article R615-10

La commission peut entendre toute personne et se faire communiquer tout document en vue de l'accomplissement de sa mission.

Son secrétariat est assuré par la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. Il est chargé d'assister la commission dans ses travaux, de recueillir les demandes des personnes souhaitant être inscrites sur la liste des médiateurs et d'informer ces dernières des décisions rendues par la commission.

Article R615-11

La commission ne peut régulièrement délibérer qu'en présence de son président ou de son vice-président et d'au moins trois de ses membres. Ses séances ne sont pas publiques.

La commission se prononce à la majorité des voix des membres présents. Le président de séance a voix prépondérante en cas de partage égal des voix.

Chapitre VI : Information et assistance du consommateur**Article R616-1**

En application de l'article [L. 616-1](#), le professionnel communique au consommateur les coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont il relève, en inscrivant ces informations de manière visible et lisible sur son site internet, sur ses conditions générales de vente ou de service, sur ses bons de commande ou, en l'absence de tels supports, par tout autre moyen approprié. Il y mentionne également l'adresse du site internet du ou de ces médiateurs.

Article R616-2

Le site internet de la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation comporte toutes informations utiles pour le consommateur en cas de litige de consommation transfrontalier. Il fournit notamment les coordonnées du Centre européen des consommateurs France et des indications relatives aux modalités de l'assistance dont les consommateurs peuvent bénéficier en vue du règlement extrajudiciaire de tels litiges.