

CHARTRE de la MÉDIATION de la CONSOMMATION

Règlement des litiges en ligne

Version n° : 0002/2015

Mise à jour : 15 octobre 2015

Avec la Médiation, l'Entreprise adhérente, ou l'Association professionnelle offre la possibilité à chaque Client de soumettre un différend insatisfait à un recours amiable indépendant. Ce dernier n'est possible qu'après activation des deux premiers niveaux de réclamations (l'interlocuteur commercial, puis le service « Relations clientèle » ou « Réclamations »). Car la Médiation ne remplace pas le dispositif de traitement des réclamations ; elle offre un ultime recours après réponse à une réclamation. Elle est un mode de résolution amiable des différends mis à la disposition du Client.

La Médiation est un processus « *par lequel deux ou plusieurs parties tentent de parvenir à un accord, en dehors de toute procédure judiciaire en vue de la résolution amiable de leurs différends, avec l'aide d'un tiers choisi par elles qui accomplit sa mission avec impartialité, compétence et diligence* ».

Souhaitant une relation client de grande qualité, postulant qu'il est de l'intérêt collectif de privilégier la résolution amiable des litiges, cultivant la confiance avec les consommateurs, l'Entreprise a décidé de proposer à l'ensemble de ses Clients un dispositif de Médiation.

Tout Client peut ainsi recourir au Médiateur de l'ENTREPRISE (« *saisine* »), en déposant un dossier. Ce dispositif est accessible au moyen d'une procédure de Médiation, décrite par la présente Charte, laquelle peut être adaptée ou précisée en fonction du secteur économique concerné.

Article 1 : missions du Médiateur.

1.1. Le Médiateur de l'Entreprise reçoit pour missions l'examen des litiges opposant cette Entreprise et tout Client. Il favorise la recherche d'une solution amiable, en équité.

1.2. Les Clients sont des particuliers, consommateurs agissant à titre non professionnel (Code de la consommation, article préliminaire), concernés par un litige de consommation dans tout secteur d'activité.

Article 2 : nature des litiges.

2.1. Les missions de Médiation peuvent porter sur tout litige né des activités commerciales ou de distribution de l'Entreprise, que cette dernière est autorisée à exercer, relativement à l'exécution des contrats de vente conclus, aux produits ou aux prestations de services délivrés à ce titre.

Article 3 : désignation du Médiateur.

3.1. L'Entreprise désigne, par décision de sa Direction générale et en application de critères objectifs, le Médiateur de l'Entreprise. Son mandat est de trois années, renouvelables.

3.2. Le Médiateur désigné par l'Entreprise est Maître Laurent Denis, Avocat, pour la période allant du 1^{er} janvier 2016 au 31 décembre 2019.

Article 4 : profil et mode d'exercice des missions du Médiateur.

4.1. Le Médiateur peut être une personne physique ou morale, extérieure à l'Entreprise. Il présente des conditions d'honorabilité et doit *« posséder, par l'exercice présent ou passé d'une activité, la qualification requise en égard à la nature du différend ou justifier, selon le cas, d'une formation ou d'une expérience adaptée à la pratique de la médiation »*.

4.2. Le Médiateur exerce ses missions en toute indépendance. Il agit avec impartialité, compétence et diligence. Il n'a pas, ni n'a eu, de lien de subordination avec l'Entreprise. Il peut recevoir ou contacter le Client consommateur et le représentant de l'Entreprise ensemble, ou séparément. Le principe du contradictoire n'est pas applicable à la Médiation. Le Médiateur est tenu à la plus complète confidentialité et au secret professionnel, au sens de l'article 226-13 du Code pénal.

4.3. Le Médiateur ne peut représenter ou conseiller ni le Client ni l'Entreprise dans une procédure touchant au litige objet de la Médiation.

Article 5 : moyens du Médiateur.

5.1. Le Médiateur instruit le dossier avec les concours conjoints et coopératifs du Client consommateur et de l'Entreprise.

Le Client est tenu de communiquer un dossier complet. Le Médiateur dispose des moyens administratifs et d'analyse mis à sa disposition par l'Entreprise. Cette dernière lui accorde les pouvoirs nécessaires à ses missions.

5.2. Le Médiateur instruit la demande de médiation, par oral comme par écrit, rend ses propres analyses et décisions par ses propres moyens. Il ne reçoit aucune instruction.

Article 6 : saisine du Médiateur.

6.1. Le Médiateur est saisi d'une demande d'examen d'un litige sur la base d'une requête volontaire, émise par écrit et en langue française, soit par un Client, soit par l'Entreprise, soit par un tiers. La saisine du Médiateur interrompt la prescription.

6.2. Cette saisine a nécessairement lieu après épuisement de toutes les procédures internes de règlement des litiges proposées par l'Entreprise, avec un rejet, total ou partiel, de la demande du Client, au moins deux mois après le dernier échange écrit.

Avant la saisine du Médiateur, les Clients disposent de voies de recours, que sont leur interlocuteur commercial, puis le Services « Clients » ou « Réclamations », en deuxième niveau. Le mode de traitement des réclamations fait l'objet d'un dispositif présenté par l'Entreprise, conformément à la Réglementation.

6.3. Cette saisine suppose nécessairement l'absence de toute procédure judiciaire en cours.

6.4. La saisine emporte la levée du secret professionnel, pour l'Entreprise, autorisée à communiquer au Médiateur les informations dont elle dispose.

6.5. La saisine est proposée au moyen d'un site internet dédié à la Médiation de consommation, accessible à www.mediateur-consommation.fr

6.6. Le recours à la Médiation est gratuit pour le Client : les coûts de saisine du Médiateur, pris en charge par l'Entreprise, ne sont pas réclamés par ce dernier au Client particulier.

Article 7 : délais de traitement.

7.1. Après saisine du Médiateur par le Client, le Médiateur accuse, par message électronique, réception de la saisine, effectuée soit par courrier électronique, soit par courrier postal, soit au moyen d'un formulaire sur site internet.

7.2. L'Entreprise dispose de six (6) semaines pour remettre au Médiateur un dossier complet, analyses, motivations de la décision prise à l'issue de la réclamation et pièces.

7.3. Le Médiateur dispose d'un délai de deux (2) mois pour rendre un avis motivé, communiqué simultanément au Client et à l'Entreprise. Si ce délai devait être dépassé, en raison de la complexité du dossier, le Médiateur en avise le Client au plus tôt. Le Client est informé que la décision du Médiateur ne lie pas l'Entreprise et qu'il conserve le droit de saisir un Tribunal.

Le Client, comme l'Entreprise, coopèrent de bonne foi à la procédure de Médiation.

Article 8 : avis du Médiateur.

8.1. L'avis motivé du Médiateur propose une solution amiable au litige. L'avis du Médiateur peut être soit favorable au Client, soit défavorable au Client. Il est communiqué simultanément au Client et à l'Entreprise. Ni l'un ni l'autre ne sont liés par cet avis.

Si l'Entreprise décide de ne pas suivre l'avis motivé du Médiateur, elle prend cette décision par sa direction générale. Elle en informe alors le Client sans délai, ainsi que le Médiateur. Si le Client décide de ne pas suivre l'avis motivé du Médiateur, il en informe alors l'Entreprise sans délai, ainsi que le Médiateur.

8.2. Le Médiateur apprécie en toute indépendance les points de vue, arguments et éléments de fait soumis par le Client et par l'Entreprise ; il compose l'avis d'après l'examen des éléments communiqués par le Client et d'après ceux communiqués par l'Entreprise. Cet avis est rendu en Droit et en équité, dans un esprit de règlement amiable du litige. Il n'a pas de valeur juridictionnelle. Il est rédigé en langue française.

8.3. Si le Client décide de ne pas suivre l'avis motivé du Médiateur, il en informe l'Entreprise, ainsi que le Médiateur.

8.4. La procédure de Médiation prend fin, soit par l'accord amiable mettant fin au différent, soit par le constat d'un désaccord persistant, soit par la saisine d'un Tribunal, soit par désistement du Client ou de l'Entreprise. Le Médiateur informe le Client et l'Entreprise, par message électronique, du terme de sa mission.

L'accord amiable peut prendre la forme d'une transaction, au sens de l'article 2044 du Code civil.

8.5. La responsabilité du Médiateur ne peut être engagée, ni l'égard du Client ni à l'égard de l'Entreprise. Il est libre de ses avis comme de ses déclarations, comme de la conduite de la procédure de Médiation.

8.6. En cas de saisine d'un Tribunal, les échanges réalisés durant la Médiation, que celle-ci soit complète ou qu'elle ait été interrompue, ne peuvent être produits devant le Tribunal qu'en cas d'accord du Client et de l'Entreprise. Ces échanges concernent notamment les opinions, aveux, propositions ou intentions de propositions, informations, documents, ou constatations, qui peuvent ressortir de la Médiation.

Article 9 : rapport annuel du Médiateur.

9.1. Le Médiateur fait, chaque année, rapport des activités de Médiation. Ce rapport prend la forme d'un compte rendu écrit d'activité. Il est rendu public par l'Entreprise. Il peut être complété de recommandations particulières, adressées seulement à l'Entreprise, en vue d'améliorer la qualité des relations avec ses clients.

9.2. Le Rapport annuel de la Médiation de l'Entreprise comprend : la description et les chiffres-clés de l'Entreprise, l'analyse statistique des saisines et des avis rendus, les recommandations du Médiateur, l'organisation de la Médiation, les évolutions de la Médiation et toute annexe utile.

9.3. Le Rapport annuel du Médiateur n'est soumis à aucune directive de la part de l'Entreprise .

Article 10 : diffusion du dispositif de Médiation.

10.1. L'existence du dispositif de Médiation, ainsi que ses modalités d'accès et les conditions de saisine, sont clairement communiqués à tous les Clients, signalés dans le contrat de prestation de service passé avec l'Entreprise, ou encore, via le site internet de l'Entreprise.

La présente Charte de Médiation de l'Entreprise est accessible et diffusée. Elle peut être reproduite par extraits.

10.2. L'Entreprise s'engage, avec son Réseau, à diffuser largement le présent dispositif de Médiation, tant auprès de ses Clients et prospects, qu'auprès de ses équipes, notamment commerciales.