

CHARTRE DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

PRÉAMBULE

CNPM MÉDIATION CONSOMMATION est une entité de médiation de la consommation agréée par la CECMC, Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation. À ce titre, elle permet aux professionnels d'adhérer au dispositif de médiation de la consommation qu'elle a mis en place.

CNPM MÉDIATION CONSOMMATION s'engage à respecter des règles et lois en vigueur relatives à la médiation de la consommation et notamment [l'ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015](#) concernant le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation ainsi que [le décret n° 2015-1382 du 30 octobre 2015](#) qui encadre la médiation des litiges de la consommation, codifiés sous les [articles L611-1 et suivants](#) et [R 612-1 et suivants du Code de la Consommation](#).

En outre, CNPM MÉDIATION CONSOMMATION respecte également les spécificités sectorielles des professionnels adhérant à son dispositif (Cf. notamment les articles L.221-6-2 et L.221-18 du Code de la mutualité).

CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, anciennement unité CNPM MÉDIATION CONSOMMATION de la CNPM (Chambre Nationale des Praticiens de la Médiation), est une entité de médiation agréée en tant que médiateur de la consommation par la [CECMC \(Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation\)](#) depuis le 1er juin 2018.

En application des exigences légales et réglementaires précitées, les médiateurs ayant choisi de faire partie de l'entité de médiation de la consommation CNPM MÉDIATION CONSOMMATION s'engagent à :

- **se former de manière régulière à la médiation de la consommation,**
- **se montrer en toutes circonstances impartiaux, indépendants et neutres,**
- **s'organiser pour être disponibles afin de respecter les exigences relatives aux conditions de traitement des dossiers de la médiation de la consommation.**

La présente charte (ci-après la « Charte ») concerne toute médiation de la consommation mise en œuvre sous la responsabilité de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION.

De ce fait, elle oblige tout médiateur membre de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION et elle rappelle succinctement les obligations concernant les parties, et le cas échéant, leurs conseils comme toute autre personne qui serait appelée à intervenir dans le cadre d'une médiation de la consommation (experts éventuels, etc.).

Chapitre I : Le médiateur

Article 1-1 Désignation

CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, pour chaque convention signée avec un professionnel, indique, sur un document en annexe, le nom des médiateurs compétents pour le secteur d'activités du professionnel concerné.

Les médiateurs, dont les noms figurent sur le document en annexe précité, acceptent leur désignation de manière irrévocable pour toute la durée du mandat, soit trois ans, sauf cas de force majeure.

Article 1-2 Aptitudes et efficacité du médiateur

Chaque médiateur, inscrit sur une convention, l'est en fonction de ses compétences ; le médiateur désigné se fera un devoir d'actualiser ses connaissances. CNPM MEDIATION CONSOMMATION rappellera cette exigence de la CECMC à tous ses membres médiateurs.

Article 1-3 Indépendance et Impartialité : devoirs du médiateur

Aux termes de **[l'article L613-1 Code de la consommation](#)**, « *Le médiateur de la consommation accomplit sa mission avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable...* ».

À ce titre, le médiateur désigné s'engage à refuser d'intervenir s'il se trouve en situation de conflit d'intérêts avec l'une des parties.

Dans le respect de l'engagement qu'il a pris auprès de la CECMC, le médiateur désigné en informera aussitôt CNPM MÉDIATION CONSOMMATION ainsi que la CECMC.

Le médiateur désigné dirige seul la procédure de médiation. Il ne peut recevoir aucune instruction ni de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION ni des parties.

Conformément à **[l'article R613-1 du Code de la Consommation](#)**, le médiateur désigné par l'entité de médiation de la consommation CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, doit informer les parties, immédiatement et sans délai, de toute circonstance susceptible d'affecter son indépendance, son impartialité ou de nature à créer un conflit d'intérêt.

Il se doit également d'informer les parties de leur droit de s'opposer à la poursuite de sa mission. Si l'une des parties refuse de poursuivre la médiation, la médiation cesse immédiatement. CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, personne morale, proposera si possible un autre médiateur.

La CECMC devra être informée par le médiateur et par CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, de toute situation de conflit d'intérêt rencontrée par les médiateurs, personnes physiques, et des suites qui, concrètement, auront été données.

Article 1-4 Confidentialité de la médiation de la consommation

Le médiateur désigné est soumis à une stricte obligation de confidentialité. Tous les écrits, travaux, communications ou autres éléments sont couverts par cette règle de confidentialité. Toute personne participant à la médiation, directement ou indirectement, à quelque titre que ce soit, se voit soumise aux mêmes obligations.

Sous réserve des dispositions légales et d'ordre public, le médiateur désigné, au même titre que les parties, ne peut révéler notamment le contenu d'une information reçue ou d'une pièce produite à l'occasion de la médiation ou de sa demande, sauf accord expresse de toutes les parties.

CHAPITRE II – CHAMP D'APPLICATION DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

Article 2-1 Nature du lien entre un consommateur et un professionnel

La médiation s'applique à tous les litiges de nature contractuelle opposant un professionnel, signataire d'une convention avec CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, à l'un de ses clients, particulier, consommateur, personne physique.

Article 2-2 Litiges exclus du dispositif de médiation de la consommation

Conformément aux dispositions de [l'Article L611-4 du Code de la consommation](#), ne sont pas considérés comme des litiges de consommation, 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 III – DÉROULEMENT DE LA MÉDIATION

Article 3-1 Procédure de la médiation de la consommation

- a. La procédure est accessible sur le site de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION.**
- b. Elle est annexée à toutes les conventions signées entre un professionnel et CNPM MÉDIATION CONSOMMATION.**

c. Elle est transmise à toute demande pour les personnes concernées par une médiation de la consommation qui ne peuvent avoir d'accès internet.

Article 3-2 Saisine de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION par le consommateur

Le consommateur ayant un litige avec un professionnel saisit le médiateur de la consommation en complétant un formulaire mis à sa disposition sur le site Internet de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION <https://www.cnpm-mediation-consommation.eu/mediation-consommation-demande.php>

Le consommateur peut également adresser sa demande de médiation par voie postale sur papier libre à l'adresse suivante :

**CNPM MÉDIATION CONSOMMATION
C/O Centre d'Affaires Stéphanois SAS
IMMEUBLE L'HORIZON – ESPLANADE DE FRANCE
3, RUE J. CONSTANT MILLERET – 42000 SAINT-ÉTIENNE**

Cette saisine doit être complétée i) d'une copie de la réclamation préalable faite par le consommateur auprès du professionnel concerné et ii) de la réponse qui lui a été éventuellement adressée par le professionnel ainsi que iii) de tout document pouvant éclairer le médiateur de la consommation.

CNPM MÉDIATION CONSOMMATION rappelle au consommateur que, pour être recevable, le litige doit répondre aux conditions fixées par [l'article L612-2 du Code de la consommation](#) (Voir ci-dessous). Cette information est également accessible sur le site de CNPM MEDIATION CONSOMMATION.

« Un litige ne peut être examiné par le médiateur de la consommation lorsque :

1° Le consommateur ne justifie pas avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat ;

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 désigné, dans un délai de trois semaines à compter de la réception de son dossier, du rejet de sa demande de médiation (Voir en ce sens, [Article L612-2](#) in fine du Code de la consommation).

Les échanges entre le médiateur désigné et les parties se font généralement par écrit, sauf si le médiateur désigné, avec l'accord des parties, et compte tenu de l'importance du litige, entend organiser une médiation en présentiel.

Article 3.3 Terme de la médiation

Si, d'une manière générale, la médiation de la consommation doit constater l'accord des parties ou, à défaut, proposer une solution, dans un délai de 90 jours, à compter de la notification de sa saisine, le médiateur désigné peut prolonger ce délai, à tout moment, en présence d'un litige complexe, après en avoir informé les parties (Cf. article [R615-5 du Code de la consommation](#)).

La médiation de la consommation prend fin par :

- a. un accord amiable trouvé directement entre les parties ;**
- b. une proposition écrite, proposée par le médiateur désigné et acceptée par les parties ;**
- c. le refus de proposition proposée par le médiateur désigné.**

Le médiateur désigné indique dans son message, ou dans son courrier, qu'à défaut de réponse dans un délai de 15 jours, le silence des parties vaut refus de sa proposition.

Dans le cas contraire, les parties font connaître leur décision d'accepter la proposition du médiateur désigné.

Article 3.4 Frais et honoraires de médiation de la consommation

La médiation de la consommation est gratuite pour le consommateur.

En effet, et conformément au droit applicable (Cf. Articles [L612-1](#) de la consommation et [R612-1](#) du Code de la consommation), les honoraires du médiateur désigné par l'entité de médiation de la consommation sont à la charge exclusive du professionnel.

Si les parties, d'un commun accord, font appel à un expert, les frais liés à cette expertise leur incomberont. Si une partie souhaite être assistée, elle en assume seule le coût.

Pour le professionnel, le montant des honoraires de médiation se calcule sur la base d'un coût forfaitaire dont le montant est annexé à la convention établie entre le professionnel et CNPM MÉDIATION CONSOMMATION.

Le médiateur de la consommation ne peut pas être valablement saisi si une action en justice a d'ores et déjà été engagée par le professionnel ou par le consommateur.

Le médiateur désigné par l'entité de médiation de la consommation qui conduira la médiation, percevra des honoraires versés par le professionnel par l'intermédiaire de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION. En effet, le référencement de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION par la CECMC, en tant que médiateur de la consommation, impose qu'il n'y ait aucune relation d'argent entre le médiateur désigné et le professionnel.

CHAPITRE IV – EFFETS DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

Article 4-1 En matière de prescription

La loi prévoit que la saisine du médiateur de la consommation a pour effet de suspendre les délais de prescription (Voir en ce sens, [l'article 2238 du Code civil](#) qui dispose notamment que « *La prescription est suspendue à compter du jour où, après la survenance d'un litige, les parties conviennent de recourir à la médiation...* »).

Article 4-2 Action en justice

Toute action en justice introduite par l'une des parties contre l'autre met fin à la médiation de la consommation. La partie la plus diligente en informe le médiateur désigné qui met alors fin à sa mission.

Article 4-3 Caractère confidentiel de la médiation de la consommation

En application de l'article 1-4 de la présente Charte, les parties s'interdisent, notamment dans le cadre d'une procédure judiciaire ou d'une procédure arbitrale qui ferait suite à la médiation de la consommation, de faire état :

- des propos tenus au cours de la médiation de la consommation ;
- des pièces ou éléments obtenus de l'autre partie en cette circonstance ;
- de toute option ou proposition développée au cours de la médiation et de toute acceptation d'une telle option ou proposition par l'une ou l'autre des parties, sauf accord expresse de toutes les parties.

CHAPITRE V – SUIVI DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

Article 5-1 Rapport annuel du médiateur

Chaque année, les médiateurs désignés remettent à CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, leur rapport sur leur activité qui comprend notamment le nombre de saisines et leur sort, le nombre de propositions rendues, les types de litige, leur fréquence ainsi que le pourcentage de propositions suivies par les parties.

Chaque année, CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, en tant qu'entité de médiation de la consommation, adresse à la CECMC un rapport annuel d'activité sur les médiations de la consommation effectuées par ses membres et le met également à la disposition du public via son site internet.

CHAPITRE VI – PORTÉE DE LA CHARTE

Article 6-1 Engagements des parties

Tout consommateur comme tout professionnel ayant recours au à la médiation de la consommation, conformément à la présente Charte, s'engage à en prendre connaissance et à la respecter dans toutes ses dispositions.

* * *

* *

*