

# Rapport annuel d'activité

---



## Médiation de la consommation

MAI 2020

---

**ANM** Médiation de  
**CONSO** la  
consommation

**ANM** association  
nationale des  
médiateurs

Version publiée

---

## Préambule

L'Association Nationale des Médiateurs, et plus particulièrement son entité de la consommation **ANM CONSO**, est inscrite sur la liste des médiateurs de la consommation par décision du 29 Septembre 2016 de la Commission d'Evaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC) et ce conformément à la charte de l'entité **ANM CONSO**.

En tant que médiateur de la consommation et conformément aux dispositions de l'article R614-2 du Code de la Consommation, nous présentons ci-dessous notre rapport annuel d'activité pour l'exercice 2019.

## Introduction

Lorsque, nous avons, à l'Association Nationale des Médiateurs, pris la décision de nous lancer dans la médiation de la consommation, nous avons tenu à le faire dans l'esprit qui est le nôtre, celui d'une médiation soucieuse d'indépendance et de respect de l'intérêt général, attachés que nous sommes à la philosophie de la médiation généraliste.

Ces deux premières années d'exercice nous ont appris que la médiation de la consommation est un outil puissant au service des 3 partenaires que sont les citoyens, les professionnels et les pouvoirs publics en charge du respect de l'équilibre entre consommateurs et vendeurs de biens et de services.

A l'ANM, nous vivons la médiation de la consommation comme un processus d'amélioration constant entre ces 3 partenaires. C'est la construction, médiation après médiation, d'un processus vertueux, passant par des analyses régulières réalisées conjointement avec nos clients professionnels pour dégager des points d'amélioration mutuels.

C'est enfin un dialogue permanent avec la Commission d'Evaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation qui nous permet d'améliorer l'interprétation des textes et à affiner constamment nos pratiques.

Le président de l'ANM  
Didier Morfoisse

---

# Sommaire

## Rapport d'activité ANM CONSO 2019

### 1. L'ANM CONSO

### 2. Les professionnels adhérents

- 2.1. Les fédérations et autres adhérents
- 2.2. Les secteurs d'activité

### 3. L'activité 2019

- 3.1. Nombre de litiges, saisines
- 3.2. Les questions rencontrées
- 3.3. Litiges traités, recevabilité et motifs de refus
- 3.4. L'entrée en médiation, la position des professionnels
- 3.5. Durée nécessaire au traitement des litiges
- 3.6. Les résultats des médiations
- 3.7. Litiges transfrontaliers -sans objet-
- 3.8. Médiateurs employés exclusivement par un professionnel -sans objet-
- 3.9. Cas de solutions trouvées, paroles de médiateurs

---

## 1. L'ANM CONSO

Trois éléments caractérisent l'évolution de l'activité de la médiation de la consommation depuis 2017 : La diversité des domaines d'activités, la progression maîtrisée et l'amélioration de nos pratiques. L'ANM CONSO garantit que la conduite de la médiation entre les parties est réalisée conformément aux articles R.612-1 à R.616-2 et L611-1 à L613-3 du Code de la Consommation. Les médiateurs respectent la confidentialité vis à vis des professionnels et des consommateurs, qui utilisent la plate-forme de saisine et de traitement des médiations.

La progression régulière des adhésions tient principalement à la part essentielle des fédérations professionnelles et notamment celles de l'aide à domicile majoritairement depuis 2018, du secteur immobilier depuis 2017 et de la sécurité automobile depuis 2019.

Notre attention en 2020 portera sur la révision de nos processus, notamment celui lié à l'outil de conduite des médiations en lien avec les professionnels et les consommateurs. Notre objectif est de faciliter l'accès et les échanges ainsi que de pouvoir mieux rendre compte du déroulement de nos médiations auprès de nos fédérations adhérentes ainsi qu'auprès de la CECMC.

## 2. Les professionnels adhérents

L'année 2019 a vu une augmentation significative du nombre d'adhérents, 3000 entreprises ayant rejoints ANM CONSO au cours de l'exercice, portant le total à plus de 8000 professionnels fin Décembre. La grande majorité des entreprises sont affiliés à travers l'une des 19 fédérations qui ont signé une convention cadre avec ANM CONSO, cependant nous voyons également une augmentation du nombre d'entreprises rattachées à titre individuel qui sont désormais près de 500 à nous avoir fait confiance.

Les fédérations adhérentes couvrent principalement 6 grands secteurs d'activité :

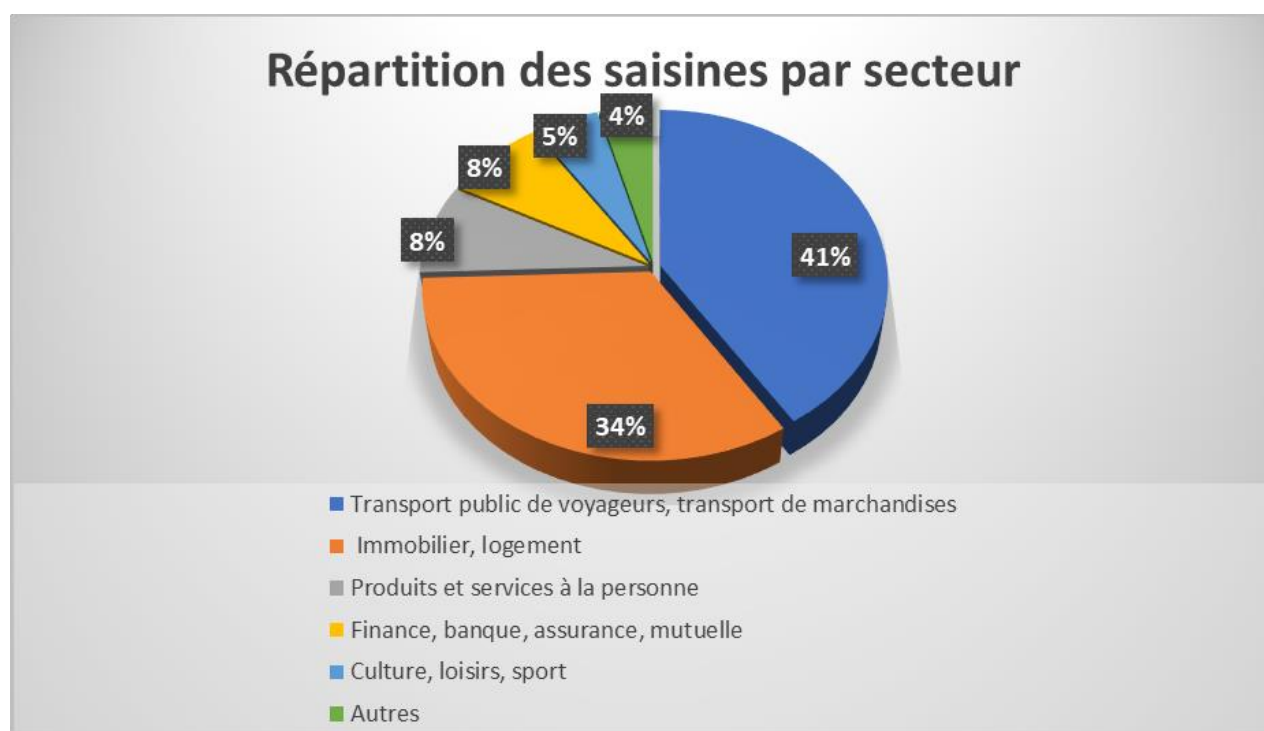
- 2.1. Immobilier
- 2.2. Services à la personne
- 2.3. Services Bancaires
- 2.4. Transport et véhicules
- 2.5. Géomètre Experts
- 2.6. Commerce, Vente en ligne

### 3. L'activité 2019

#### 3.1. Nombre de litiges, Saisines

En rapport avec la croissance des adhérents, les saisines sont passées de 93 au cours de l'année 2018 à un total de 215 pour 2019. Les saisines se répartissent dans 8 secteurs d'activité, avec cependant une forte dominance du secteur Transport, plus précisément le transport de marchandises ainsi que le secteur Immobilier qui regroupent à eux deux 75% des cas soumis par les consommateurs.

| Secteurs d'activité   | Nombre de saisines |
|---|--------------------|
| <b>A - Commerce de produits de grande consommation</b>              | 6                  |
| <b>C - Immobilier, logement</b>                                     | 72                 |
| <b>D - Energie, eau, assainissement</b>                             | 2                  |
| <b>F - Transport public de voyageurs, transport de marchandises</b> | 88                 |
| <b>G - Véhicules</b>  | 1                  |
| <b>H - Finance, banque, assurance, mutuelle</b>                     | 17                 |
| <b>L - Culture, loisirs, sport</b>                                  | 11                 |
| <b>N - Produits et services à la personne</b>                       | 18                 |



---

### 3.2. Les questions rencontrées

Nous observons en 2019 une relative constance par rapport à l'année dernière des thèmes qui font l'objet de saisines par les consommateurs et qui portent en majorité sur les sujets suivants :

- La non réception de commande
- Le non-respect de délais de livraisons
- Mécontentement d'un service rendu
- L'absence de réaction

### 3.3. Litiges traités, recevabilité et motifs de refus

196 litiges ont été déclarés recevables par les médiateurs de l'ANM CONSO en charge de ces dossiers. Les 19 rejets pour irrecevabilité sont principalement dus, pour 13 d'entre eux à l'absence de justification par le consommateur d'avoir au préalable tenté de résoudre son litige directement auprès du professionnel, le recours n'étant donc pas épuisé. 5 demandes ont été jugées infondée ou abusives et une se trouvait hors du champ de la médiation de la consommation. On retrouve comme pour les années précédentes, la présence de demandes infondées ou abusives (entre 20 et 40% des causes de rejet selon l'année), mais 2019 voit une très forte proportion des recours internes non épuisés dans près de 70% des cas.

### 3.4. L'entrée en médiation, la position des professionnels

Sur les trois derniers exercices, nous observons une certaine continuité dans le comportement des professionnels sollicités pour une médiation. Cette année encore, le taux de médiations non menées à terme reste très élevé et s'établit à 88% avec 173 interruptions sur les 196 dossiers validés. L'interruption intervient presque exclusivement en début de processus la principale cause étant la non réponse du professionnel ou le refus de celui-ci d'entrer en médiation suite à la notification par le médiateur. Dans un premier temps, non réponses (86 cas) et refus (87 cas) font part égale dans les interruptions. Le manque de réponse va à l'encontre de l'esprit de la médiation et son objet qui est, pour le professionnel, d'offrir au consommateur un recours effectif à ce mode de résolution des conflits, aussi le médiateur s'applique-t-il à les relancer régulièrement. Au final, sur les 86 relances adressées aux professionnels n'ayant pas répondu, 52 ont abouties à un refus exprimé clairement d'entrer en médiation et 34 relances sont restés sans réponse, amenant à terme la clôture du dossier.

---

### 3.5. Durée nécessaire au traitement des litiges

A compter de la recevabilité, la durée moyenne du traitement des médiations est de 82 jours calendaires. Par contre, nous notons que la distribution autour de cette valeur moyenne présente de fortes disparités dues pour une part à la complexité des différents cas à traiter, mais également impactée par la disponibilité et l'engagement des parties. Si la déclaration de recevabilité intervient assez rapidement sous 21 jours en moyenne permettant de créer une dynamique appréciée des consommateurs, les délais d'obtention d'une réponse par le professionnel, que ce soit pour l'entrée en médiation ou concernant la proposition du médiateur restent trop longs. Nous continuerons de porter une attention particulière aux possibilités d'amélioration de ces délais en 2020, les consommateurs y étant très sensibles.

### 3.6. Les résultats des médiations

En 2019 23 dossiers, soit 12% des demandes valides, ont fait l'objet d'une entrée en médiation. Nous conservons un taux élevé de résolution des conflits avec 18 cas ayant abouti à un accord, soit par l'acceptation de la proposition du médiateur pour 16 d'entre eux, soit par accord des parties sans formulation d'une proposition du médiateur dans les 2 autres cas. Quant aux 5 propositions refusées, elles l'ont été intégralement par les professionnels.

### 3.7. Litiges transfrontaliers -sans objet-

### 3.8. Médiateurs employés exclusivement par un professionnel -sans objet-

---

### 3.9. Cas de solutions trouvées, paroles de médiateurs

La médiation de la consommation n'est pas encore une évidence, que ce soit pour le professionnel ou pour le consommateur qui s'approprient progressivement cette nouvelle voie de résolution des différends et restent très demandeurs envers le médiateur. Aussi, dans leur grande majorité les médiations réussies ont nécessité une très forte implication de la part du médiateur à chaque étape. Faire accepter l'entrée en médiation, œuvrer à la restauration du dialogue puis, par la mise en évidence détaillée pour chacune des parties des causes du conflit, amener une proposition qui soit acceptable par tous, allant parfois même jusqu'à la rédaction d'un projet d'accord dont chacun peut enfin s'emparer. Les cas suivants nous paraissent particulièrement emblématiques à cet égard :

- *Dans une affaire de conseil en gestion de patrimoine pour la renégociation d'un prêt immobilier le litige portait sur deux objets, le mode de rémunération du négociateur et la réalité de l'économie obtenue pour le consommateur après changement de banque. La médiation a permis la remise en relation entre les parties, puis s'est attachée à résoudre les problèmes de non-dit et de mauvaise compréhension entre le professionnel et le consommateur. Ensuite la médiation a agi comme un accélérateur pour l'échange, en toute confiance et sécurité, des données permettant d'évaluer l'économie réelle de l'opération. Sous la conduite du médiateur, un accord a été trouvé sur tous les points du litige, celui-ci aidant les parties à rédiger le texte de l'accord. Il s'est enfin assuré de la signature et de l'exécution de celui-ci.*
  
- *Dans un autre cas, le litige concernait la vente et l'installation d'un matériel de chauffage. Le consommateur nous indique avoir engagé des frais supplémentaires auprès d'un autre professionnel, en raison de malfaçons dues au premier intervenant depuis lors en faillite. Il fait porter la responsabilité de cette situation sur le vendeur et réclame une indemnité pour préjudice. La médiation, au travers de nombreux échanges avec les parties, a permis de recueillir les éléments liés au préjudice et aux responsabilités qui ont été ainsi matérialisés. Ces échanges ont permis de clarifier pour chacun le fond du litige qui n'était pas compris de prime abord. La proposition équilibrée du médiateur, tenant compte à la fois de la position de chacun et de ce qui serait acceptable, a mené à un accord sur le versement d'une indemnité partielle qui a été acceptée et effectivement versée par le professionnel au consommateur.*