

MARTINE PINVILLE

SECRETARIE D'ETAT CHARGÉE DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DE LA CONSOMMATION ET DE L'ECONOMIE
SOCIALE ET SOLIDAIRE, AUPRES DU MINISTRE DE L'ECONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DU NUMERIQUE

Discours

Discours

Paris, le 28 octobre 2015

Discours prononcé à l'occasion de la Conférence du Club des Médiateurs de Services au Public

**« La médiation étendue à tous les secteurs de la consommation :
Echanges sur l'esprit, les moyens et la méthode »**

**- Mercredi 28 octobre 2015 -
Bercy – Paris 12^{ème}**

Mesdames et Messieurs, bonjour à tous,

Je suis heureuse de pouvoir être parmi vous, à l'issue du Conseil des ministres où j'ai présenté le projet de loi de ratification de l'ordonnance du 20 août dernier, sur le sujet qui nous rassemble aujourd'hui : le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

I. La médiation, symbole d'une action concertée pour renforcer la confiance

1. Un dispositif complémentaire à l'action de groupe

L'année 2014 a été marquée par une avancée décisive pour les droits des consommateurs avec l'introduction de l'action de groupe par la loi Consommation du 17 mars 2014. Nous venons d'en souffler la première bougie.

L'action de groupe a permis de mettre en place un dispositif garantissant une réparation effective des préjudices subis par plusieurs consommateurs. Ainsi, il s'agit de pouvoir indemniser des préjudices de masse.

Six actions ont déjà été introduites depuis la mise en œuvre effective du texte et l'une d'entre elles a d'ailleurs abouti à un règlement amiable du litige, permettant à 100 000 consommateurs d'être remboursés de charges locatives indument payées.

Si l'action de groupe s'intéresse aux contentieux de masse, la médiation s'attèle à renforcer la résolution des litiges individuels. Aussi, Je me réjouis que l'année 2015 voit se concrétiser l'adoption d'un véritable cadre juridique pour la médiation.

2. Un dispositif qui a fait l'objet d'une concertation et d'une co-construction

C'est pourquoi, dans une perspective de concertation et de co-construction, l'ordonnance du 20 août 2015 a été préparée en deux temps.

Tout d'abord par un rapport de M. Emmanuel CONSTANS, médiateur de Bercy, remis à l'été 2014, et que je remercie pour son invitation à conclure vos travaux aujourd'hui.

Dans un second temps, conformément à l'engagement du Gouvernement, cette ordonnance a été préparée par un comité de pilotage présidé par M. Christophe CARESCHE. Ce dernier a réuni professionnels et consommateurs entre janvier et avril 2015, afin de déterminer des équilibres sur certaines questions particulièrement sensibles.

Dès lors, le nouveau dispositif juridique va permettre de généraliser une médiation de qualité à l'ensemble des marchés de consommation.

3. Un dispositif qui renforce la confiance entre professionnels et consommateurs

Alors que les signes de la reprise de l'activité économique se multiplient, il faut tout faire pour soutenir la consommation des ménages, de laquelle dépend essentiellement notre croissance économique et qui repose largement sur la confiance des consommateurs.

Pour une entreprise, un client non satisfait peut être à jamais perdu si le lien entre le professionnel et ce client se rompt. Mettre en place ou recourir à un mécanisme adapté de résolution des différends témoigne d'un souci de privilégier la relation « clients », au-delà du seul traitement des réclamations des consommateurs ou de l'engagement à répondre à leurs demandes d'information. Si ces dernières sont des préalables indispensables, elles se révèlent trop souvent insuffisantes pour satisfaire les exigences des consommateurs.

C'est ce choix qui a été fait, parfois de longue date, par un certain nombre d'entreprises, notamment parmi les plus importantes, et qu'il convient aujourd'hui de généraliser.

II. Des difficultés d'aujourd'hui à la promesse de demain

1. Une tradition française de la médiation

Mesdames, Messieurs,

La France a une longue tradition de médiation dans le domaine de la consommation. Au cours des vingt dernières années, beaucoup de dispositifs de médiation ont vu le jour, que ce soit à l'initiative de grandes entreprises – comme EDF, la SNCF, La Poste – ou de certains secteurs professionnels, à l'image de celui des communications électroniques.

Des systèmes de médiation ont également été initiés ou généralisés par le législateur, par exemple en matière d'énergie – avec le médiateur national – ou dans le secteur bancaire.

Parallèlement, des travaux ont été menés au sein du Conseil National de la Consommation pour garantir l'efficacité des procédures de médiation, homogénéiser les pratiques des médiateurs et en accroître la visibilité à différents niveaux. Deux avis ont été adoptés en ce sens par cette instance en 2004 et 2007.

La démarche actuelle permet donc de généraliser des dispositifs qui ont fait leurs preuves, ce qui favorise la confiance entre consommateurs et professionnels en facilitant la résolution de leurs éventuels litiges.

2. L'ambition partagée de généraliser le dispositif

Par conséquent, l'objectif du nouveau dispositif est de couvrir l'ensemble des secteurs professionnels afin que le consommateur ait la possibilité de saisir un médiateur chaque fois qu'il aura un litige avec un professionnel.

A cet égard, la directive européenne a permis aux Etats de maintenir la liberté de choix dans les dispositifs de médiation existants : médiation d'entreprise, médiation sectorielle ou médiateur public.

Or, certains secteurs n'étaient, jusqu'à présent, pas couverts, mais les fédérations concernées se sont mobilisées. Par exemple :

- Le secteur des assurances a mis en place la Médiation de l'Assurance pour lequel des outils de communication ont préparés afin d'informer les consommateurs. Ainsi, les entreprises d'assurance membres de la Fédération française des sociétés d'assurance (FFSA) et du Groupement des entreprises mutuelles d'assurance (GEMA) adhèrent à ce nouveau dispositif de médiation ;

- Je pourrais également citer la Fédération du commerce coopératif et associé (FCA) qui regroupe 32 enseignes très connus des consommateurs, soit près de 43 000 points de vente, et qui a décidé de se doter d'un médiateur.

Je tiens à saluer cette mobilisation qui a cherché à rationaliser les structures existantes pour n'offrir qu'un seul dispositif de médiation aux consommateurs.

Aussi, je sais que les fédérations professionnelles qui ne l'ont pas encore fait vont saisir cette opportunité pour renforcer leur relation de confiance avec les consommateurs.

3. Une médiation de qualité, contrôlée par une entité indépendante

De plus, comme la Directrice générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes, Mme HOMOBONO, vous l'a rappelé ce matin : la nouvelle médiation de la consommation sera garantie par des exigences de qualité, d'indépendance et d'impartialité.

Le dispositif instauré répond aux quatre objectifs principaux de la directive :

- Une couverture effective de tous les secteurs professionnels par des mécanismes de médiation de la consommation ;
- La détermination de critères de qualité et d'indépendance pour les médiateurs ainsi que les procédures mises en œuvre ;
- Le contrôle et l'évaluation des médiateurs ;
- Et enfin une information claire et accessible, donnée par les professionnels aux consommateurs, sur le médiateur dont ils relèvent.

J'ajouterai que la directive du 21 mai 2013 mentionne que « la procédure de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation » est gratuite ou disponible à un coût modique pour les consommateurs ». La France a fait le choix de la gratuité afin de garantir un accès de tous les consommateurs à la médiation. Ce principe a été clairement posé en France depuis le début de la médiation, et est constamment réaffirmé depuis.

Cependant, la « gratuité » ne doit pas occulter le fait que la médiation a un coût réel pour le professionnel qui met en place un tel mécanisme pour la résolution de ses litiges de consommation. Ainsi, la démarche constructive des professionnels qui s'engagent dans ce processus s'inscrit dans une politique entrepreneuriale de qualité de service.

Vous l'aurez compris, je tiens à ce que les professionnels comme les consommateurs puissent disposer d'un mécanisme dans lequel ils auront confiance et qui soit efficace.

Enfin, la création de la nouvelle Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation permettra de garantir l'instauration d'une médiation de qualité. Elle sera la clef de voute du dispositif et je me félicite que des hauts magistrats aient accepté de la présider afin de renforcer son niveau d'expertise.

Conclusion : la médiation, un levier de confiance supplémentaire dans notre économie

Pour conclure, la généralisation de la médiation qui va ainsi s'opérer pour les litiges de la consommation s'inscrit pleinement dans la ligne gouvernementale.

En effet :

- Elle vise à faciliter l'accès au droit, améliorer sa lisibilité et son effectivité,
- Avec l'objectif de renforcer la confiance entre consommateurs et professionnels, bénéfique à notre économie.

Complémentaire à l'action de groupe instaurée par la loi Consommation, la généralisation de la médiation de la consommation est une nouvelle avancée pour le consommateur qui sera doté d'une boîte à outils complète pour faire valoir ses droits.

Ainsi, la mise en œuvre de cette ordonnance représente un levier de confiance, permettant de sortir d'une logique majoritairement contentieuse de traitement des différends et bénéficiera, *in fine*, aux consommateurs comme aux entreprises.

Sa réussite dépend de la mobilisation de chacun, et notre présence aujourd'hui atteste d'une feuille de route commune, avec l'ambition collective de la mener à bien dans l'intérêt des consommateurs, des professionnels et de la confiance dans notre économie.

Contact presse cabinet de Martine PINVILLE : Sophie DULIBEAU et Cihem GHARBI
01 53 18 44 13 - sec.secaccess-presse@cabinets.finances.gouv.fr