



# Guide du partenariat

Entre les associations  
de consommateurs  
et le Club des Médiateurs  
du Service Public



*Club des Médiateurs*

du SERVICE PUBLIC

Les associations de consommateurs et le Club des Médiateurs du Service Public organisent des rencontres de concertation régulièrement. Dans le cadre de ces échanges, ils ont souhaité formaliser leurs relations à travers un guide.

Ce guide vise à favoriser l'implication des associations de consommateurs dans les démarches et actions de médiation. Dans la mesure où elles ont un rôle important de relais et de conseil vis-à-vis des consommateurs.

## ■ Rappel de la définition de la médiation

La médiation consiste, pour le consommateur, à s'adresser à un Médiateur pour parvenir à résoudre son litige sans recourir à un juge.

Le médiateur maintient ou rétablit le dialogue entre les parties (le consommateur et une administration ou un fournisseur de biens ou de services). Il analyse le différend et propose, aux parties, une solution (sous forme d'avis ou de recommandation) fondée sur le droit et l'équité.

Le médiateur est neutre et impartial, compétent et efficace.

La médiation a pour objectifs de favoriser la compréhension mutuelle, de mettre les parties face à leurs responsabilités et de préserver les relations futures.

La médiation est une démarche volontaire, simple, gratuite et rapide.

## ■ Rappel du contexte européen

L'Europe favorise depuis de nombreuses années le développement de la médiation.

Deux recommandations de la Commission Européenne du 30 mars 1998 et du 4 avril 2001 déterminent les critères devant être respectés par tout médiateur dans les litiges entre consommateurs et professionnels. Les Médiateurs respectant ces critères peuvent être notifiés par les États membres auprès de la Commission Européenne.

Ces critères sont au nombre de dix : transparence et indépendance, neutralité, assurer le respect du contradictoire et garantir l'efficacité, la légalité (le consommateur ne peut être privé de la protection que lui assurent les dispositions impératives de la loi), la liberté, l'égalité et la représentation, ainsi qu'une exigence nouvelle : l'équité, qui caractérise en elle-même la médiation, car l'application de la loi et des règlements peut, dans certains cas, pénaliser de façon excessive un client.

L'équité permet au Médiateur d'intégrer, dans l'analyse conduisant à l'avis qu'il rend, le bon sens et l'éthique.

La directive du Parlement européen et du Conseil sur certains aspects de la médiation vise à encourager le recours à la médiation comme méthode de résolution des litiges en matière civile et commerciale.

Elle traduit en droit certains principes posés par les recommandations et le code de conduite européen pour les Médiateurs, lancé en avril 2004, auquel peuvent adhérer les organisations de médiation.

Ce code expose les grands principes applicables à la pratique de la médiation, tels que l'indépendance, la neutralité, l'impartialité et la confidentialité, ainsi que certaines règles en matière de formation et de désignation des Médiateurs.

La directive prévoit des garanties pour les citoyens consommateurs en terme de fiabilité et de confidentialité des processus de médiation, de suspension des délais de prescription, d'homologation par le juge des accords issus de la médiation.

*Directive 2008/52/CE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2008 sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale.*

## ■ L'avis du Conseil National de la Consommation

Afin de promouvoir et de faire mieux connaître la médiation auprès du grand public pour que cette voie de recours soit davantage utilisée, le Conseil National de la Consommation (CNC) a émis un avis le 27 mars 2007 pour renforcer la déontologie des Médiateurs et aider les professionnels à mettre en place des processus de médiation.

Le CNC a établi des lignes directrices de la médiation portant notamment sur les critères d'impartialité, de neutralité, d'efficacité, de transparence des processus de médiation.

Le CNC a également participé à l'examen de la directive européenne relative à la médiation civile et commerciale publiée le 21 mai 2008.

## ■ La Charte des Médiateurs du Service Public

Depuis 2001, le Club des Médiateurs du Service Public regroupe des médiateurs qui ont en commun une conception du service aux citoyens, aux clients et aux usagers qui privilégie l'écoute, le dialogue et le règlement amiable des différends.

Les objectifs du Club sont multiples et ses ambitions fortes. Il s'agit à la fois d'échanger autour des fonctions et des pratiques de chacun, de contribuer à la réflexion sur la modernisation des services au public et d'être force de proposition sur la médiation institutionnelle en France et en Europe.

Les Médiateurs du Service Public ont signé en 2004 une charte en présence du Médiateur de la République qui en a approuvé les principes. Elle sert de cadre de référence à leur action, dans le respect des règles en vigueur pour chacun d'eux.

A travers cette Charte, les Médiateurs du Service Public affichent leurs valeurs communes : indépendance,

équité, impartialité, respect des parties, confidentialité, écoute, transparence, volonté de proposer des solutions amiables, ...

Les Médiateurs du Service Public, médiateurs institutionnels, ont en commun 3 préoccupations :

- prévenir les litiges par la concertation en amont avec les consommateurs ;
- optimiser la résolution des différends ;
- améliorer constamment le service rendu aux consommateurs en liaison avec les professionnels.

## 1. L'accès direct et le rôle des associations

Le Médiateur peut être saisi directement par le consommateur.

Le consommateur peut être conseillé ou accompagné par une association de consommateurs agréée.

Les associations de consommateurs ont un rôle pédagogique particulièrement important :

- elles conseillent les consommateurs et leur indiquent quelles sont les modalités pour recourir à la médiation (démarches préalables obligatoires, constitution d'un dossier complet...).
- elles peuvent être l'intermédiaire entre le consommateur et le Médiateur. Dans ce cas, l'association de consommateurs transmet le dossier complet au Médiateur dont il lui accuse réception.

L'association est alors l'interlocuteur direct du Médiateur, elle sera alors informée de la clôture du dossier et sera destinataire de l'avis, tout comme le client.

## 2. Le litige persistant

La médiation est un mode alternatif de règlement des litiges. Avant de s'adresser à un Médiateur, il faut obligatoirement avoir effectué une première démarche auprès des services de réclamation. Si, malgré les démarches effectuées auprès des services de réclamation, le litige persiste, alors le requérant peut saisir le Médiateur.

## 3. La saisine du Médiateur

La saisine du Médiateur se fait par écrit (courriel, lettre, fax). Il faut lui adresser un dossier complet : exposé du problème de manière concise, motif de la demande, justificatifs (notamment la preuve des démarches entreprises préalablement).

A réception du dossier, le Médiateur vérifie si la saisine est recevable en médiation. Il envoie au consommateur un accusé de réception l'informant de la recevabilité de sa demande.

Si la demande n'est pas recevable, le Médiateur en informe le consommateur et transmet sa saisine aux services internes concernés pour traitement.

Si la saisine est recevable, il en informe le consommateur et demande aux services internes concernés des éléments du dossier. Il procède à l'étude du dossier, en droit et en

équité, et rend son avis dans un délai de deux mois, sauf dossier complexe.

Le cas échéant, le Médiateur attire l'attention du réclamant sur les incidences des délais de prescription.

## 4. Le traitement du dossier

Le Médiateur étudie le dossier en relation avec le réclamant et/ou l'association de consommateurs et les services concernés.

Cette instruction du dossier se fait par écrit. Elle peut nécessiter un contact téléphonique voire des rencontres.

A l'issue de la médiation, le consommateur reçoit un courrier du Médiateur lui exposant la solution qu'il considère appropriée (l'avis du Médiateur). Si le Médiateur a été saisi par l'intermédiaire d'une association de consommateurs, il envoie alors l'avis à l'association de consommateurs et au réclamant.

La solution préconisée n'a pas de force obligatoire pour le consommateur. Il reste toujours libre de saisir le juge.

Les associations de consommateurs sont destinataires de l'avis et assurent un suivi de la réponse.

## ■ Amélioration des relations avec les clients : le rôle du rapport annuel et le rôle des associations de consommateurs

Le Médiateur publie un rapport annuel qui rend compte de son activité. Le rapport est l'occasion de formuler des propositions d'amélioration qui sont le résultat du constat des dysfonctionnements récurrents (amélioration des services, évolutions des procédures...).

Ces propositions sont rendues publiques dans le rapport d'activité. Elles peuvent être formulées et étudiées lors de réunions périodiques avec les associations de consommateurs.

La publication du rapport d'activités de chaque Médiateur est l'occasion de constater, chaque année lors d'une réunion avec les associations de consommateurs, la mise en œuvre des engagements pris : notamment la prise en compte de l'équité dans les avis rendus, l'envoi d'un accusé de réception de la saisine, la transmission aux services internes des dossiers irrecevables pour absence de saisine préalable d'un recours interne.

Les Médiateurs ont la volonté de pérenniser les relations avec les associations de consommateurs et sont ouverts aux suggestions qu'elles leur présentent.

## Merci aux associations agréées de consommateurs qui ont participé à l'élaboration de ce guide.



**ADEIC**  
ASSOCIATION DE DÉFENSE, D'ÉDUCATION  
ET D'INFORMATION DU CONSOMMATEUR



**AFOC**  
ASSOCIATION FORCE OUVRIÈRE  
DES CONSOMMATEURS



**ASSECO-CFDT**  
ASSOCIATION ÉTUDE ET CONSOMMATION DE LA CFDT



**CGL**  
CONFÉDÉRATION GÉNÉRALE DU LOGEMENT



**CNAFAL**  
CONSEIL NATIONAL DES ASSOCIATIONS FAMILIALES  
LAÏQUES



**CNAFC**  
CONFÉDÉRATION NATIONALE DES ASSOCIATIONS  
FAMILIALES CATHOLIQUES



**CNL**  
CONFÉDÉRATION NATIONALE DU LOGEMENT



**CSF**  
CONFÉDÉRATION SYNDICALE DES FAMILLES



**Familles de France**



**Familles Rurales**



**FNAUT**  
FÉDÉRATION NATIONALE DES ASSOCIATIONS  
D'USAGERS DES TRANSPORTS



**INDECOSA-CGT**  
INFORMATION DES CONSOMMATEURS  
SALARIÉS DE LA CGT



**ORGECO**  
ORGANISATION GÉNÉRALE DES CONSOMMATEURS



**UNAF**  
UNION NATIONALE DES ASSOCIATIONS FAMILIALES

## Adresses des Médiateurs

**Médiateur de l'Autorité  
des Marchés Financiers**  
17 place de la Bourse  
75082 Paris cedex 02  
[www.amf-france.org](http://www.amf-france.org)

**Médiateur de la Caisse  
des Dépôts et Consignations**  
56 rue de Lille  
75356 Paris SP 07  
[www.caissedesdepots.fr](http://www.caissedesdepots.fr)

**Médiateur d'EDF**  
75 TSA  
75804 Paris cedex 08  
[www.edf.fr](http://www.edf.fr)

**Médiateur de l'Éducation Nationale  
et de l'Enseignement Supérieur**  
61-65 rue Dutot  
75732 Paris cedex 15  
[www.education.gouv.fr/mediateur](http://www.education.gouv.fr/mediateur)

**Médiateur de la FFSA**  
*Fédération Française des Sociétés d'Assurance*  
BP 290  
75425 Paris cedex 09  
[www.ffsa.fr](http://www.ffsa.fr)

**Médiateur de France 2**  
Maison de France Télévision  
7 esplanade Henri de France  
75907 Paris cedex 15  
[www.france2.fr](http://www.france2.fr)

**Médiateur de France 3**  
Maison de France Télévision  
7 esplanade Henri de France  
75907 Paris cedex 15  
[www.france3.fr](http://www.france3.fr)

**Médiateur des Programmes  
de France Télévisions**  
Maison de France Télévision  
7 esplanade Henri de France  
75907 Paris cedex 15  
[www.francetelevisions.fr](http://www.francetelevisions.fr)

**Médiateur de GDF SUEZ**  
23 rue Philibert Delorme  
75840 Paris cedex 17  
[www.mediateur-gdfsuez@suez.com](mailto:www.mediateur-gdfsuez@suez.com)

**Médiateur du groupe La Poste**  
44 boulevard de Vaugirard  
75757 Paris cedex 15  
[www.laposte.fr/mediateurdugroupe](http://www.laposte.fr/mediateurdugroupe)

**Médiateur du Ministère de l'Économie,  
de l'Industrie et de l'Emploi et du  
Ministère du Budget, des Comptes  
Publics et de la Fonction Publique**  
Télédoc 215  
75572 Paris cedex 12  
[www.minefe.gouv.fr](http://www.minefe.gouv.fr)

**Médiateur de la RATP**  
54 quai de la Râpée  
Lac LA53  
75599 Paris cedex 12  
[www.ratp.fr](http://www.ratp.fr)

**Médiateur de la SNCF**  
66 rue de Rome  
75008 Paris  
[www.sncf.com](http://www.sncf.com)

**Médiatrice de la Ville de Paris**  
32 quai des Célestins  
75196 Paris RP  
[www.paris.fr](http://www.paris.fr)

**Médiateur de la MSA**  
*Mutualité Sociale Agricole*  
40 rue Jean Jaurès  
Les Mercuriales  
93547 Bagnolet CEDEX  
[www.msa.fr](http://www.msa.fr)