

Rencontre avec les associations de consommateurs le 16 mai 2019 :

Comme il le fait chaque année, le Club des Médiateurs de Services au Public a invité les associations de consommateurs agréées à participer à un large échange de vues avec les membres du Club. Cette réunion a eu lieu le 16 mai 2019.

Le Président du Club a rappelé l'importance de cette rencontre :

- évoquer les sujets d'actualité, en particulier d'ordre réglementaire,
- partager sur les bonnes pratiques,
- recueillir les attentes des associations de consommateurs,
- contribuer ensemble à la généralisation d'une médiation de qualité.

Plus d'une dizaine de représentants d'associations de consommateurs était présents, ainsi que des représentants du Centre Européen des Consommateurs France et de l'INC.

Le Président du Club a communiqué les dernières données sur les effectifs du Club dont il a rappelé qu'il est devenu une association en 2002. Elle comporte désormais 29 médiateurs membres à date, ce qui montre l'attractivité du Club : en effet, il y a eu sur les 2 dernières années plusieurs nouvelles adhésions de médiateurs nouvellement mis en place.

Le Club présente ainsi une grande diversité de domaines d'activité :

- Institutionnels / de la consommation (référencés par l'Union européenne),
- au sein des médiateurs institutionnels : ministères, établissements publics, organismes sociaux, relations commerciales, collectivités,
- entre médiateurs de la consommation : médiateurs de grandes entreprises, médiateurs sectoriels ou publics, avec toujours un adossement historique au Médiateur de la République, puis au Défenseur des droits.

Le Président a également souligné le rôle du Club dans le développement de la médiation, en en donnant quelques illustrations :

- Le Club est un interlocuteur reconnu des pouvoirs publics (exemple : préparation du cadre juridique de la médiation de la consommation ...),
- Il organise des réunions périodiques avec les associations de consommateurs
- Il contribue à assurer la promotion et la défense des valeurs de la médiation (Charte du Club)
- Il participe à la promotion de la médiation à travers l'organisation de colloques, des Ateliers de la médiation, ou via l'animation de son site internet sur la médiation (<https://clubdesmediateurs.fr/>).
- Enfin il propose régulièrement des formations sur la médiation, en partenariat avec l'IGPDE.

Le Président a souligné les traits marquants des membres du Club :

- la qualité des médiations réalisées, résultant de l'expérience et de la formation des membres et de leurs collaborateurs (plus de 400 personnes) ;
- le statut des membres : ce sont des médiateurs indépendants et impartiaux quelle que soit leur implantation ;
- les volumes traités : **184 000 saisines au total en 2018**, qui en font un acteur majeur de la médiation y compris pour les **litiges de consommation, 126 000 saisines**. Ces volumes sont en constante augmentation.

Les trois axes qui étaient ressortis de la précédente réunion analogue en mai 2018 ont été rappelés :

- Mieux communiquer ;
- Se rencontrer et travailler ensemble ;
- Et défendre la médiation de la consommation dans un contexte d'émergence de nombreuses formes de médiation.

Les débats avec les associations de consommateurs ont permis de soulever plusieurs sujets importants, et en particulier :

- L'intérêt d'indiquer sur les sites des médiateurs de la consommation, comme des associations de consommateurs, la liste des associations ou des médiateurs du Club ;
- De donner la possibilité à un tiers de saisir sur les portails internet des médiateurs de la consommation la requête d'un consommateur ;
- De mieux articuler les dispositifs de médiation existant avec les futurs dispositifs en préparation, comme celui des médiateurs des collectivités territoriales ;
- D'acter les progrès indéniables permis par l'action de la CECMC pour généraliser la médiation de la consommation, même si des actions restent à mener pour permettre une couverture de la totalité des secteurs ;
- De réfléchir à contrer le fait que de grands groupes opposent de manière systématique une fin de non-recevoir lorsqu'un consommateur sollicite le médiateur de la consommation choisi par l'entreprise.
- De toujours vérifier la bonne visibilité de chaque médiateur de la consommation pour que les consommateurs puissent mieux s'orienter.

Un retour a été également fait sur l'utilisation de la plateforme ODR (On-line Dispute Resolution) de la Commission européenne par les médiateurs du Club. Il en ressort une très faible utilisation de cette plateforme pour les membres du Club.

En conclusion, les riches débats entre les associations de consommateurs et les membres du Club ont montré l'attachement de tous les participants à l'existence d'une médiation de qualité au service des consommateurs, qui garantit à ceux-ci gratuité, efficacité et impartialité.