

## **CHARTRE DE LA MEDIATION MEDIAFRAMA** - Février 2017

### **Préambule**

La charte de la médiation MEDIAFRAMA est rédigée conformément à la législation en vigueur, s'inscrit dans le cadre du règlement amiable des litiges de consommation par le recours à un processus de médiation de la consommation à savoir :

- • Vu la directive 2013/11/UE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relatif au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et modifiant le règlement (CE) n° 2006/2004 et la directive 2009/22/CE ;
- • Vu le règlement (UE) no 524/2013 du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation et modifiant le règlement (CE) n° 2006/2004 et la directive 2009/22/CE ;
- • Vu l'ordonnance n°2015-1033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation ;
- • Vu le décret n°2015-1382 du 30 octobre 2015 relatif à la médiation des litiges de consommation ;
- • Vu le décret n° 2015-1607 du 7 décembre 2015 relatif aux conditions de désignation des médiateurs d'entreprises ;
- • Vu les articles R 612-1 et suivants du Code de la consommation ;
- 

Conformément à l'article R 612.1 du Code de la Consommation, tout consommateur a le droit de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel.

Conformément à l'Article R 612-2 à R 612-5 du Code de la consommation :

- les parties sont libres d'accepter ou de refuser la proposition de solution du Médiateur
- la médiation n'exclut pas la possibilité d'un recours devant une juridiction
- La solution peut être différente de la décision qui serait rendue par un juge,
- Les effets juridiques de l'acceptation de la proposition de solution
- Le délai d'acceptation ou de refus de la proposition
- Le traitement des dossiers

### **1. Objet de la Médiation**

#### **1.1 – Champs de compétence du Médiateur**

La procédure de médiation, objet de la présente Charte, a pour objet de traiter tout différend ou litige né entre l'établissement représenté par le médiateur MEDIAFRAMA et son client agissant en qualité de consommateur, portant sur les contrats de vente de marchandises ou contrats de prestation de services faisant l'objet d'un litige national ou transfrontalier ;

Sont exclus de la procédure de médiation auprès du Médiateur MEDIAFRAMA les litiges relevant de la politique générale des entreprises (politique prix, conditions générales de vente, expansion ....)

De manière générale, l'article R 612-2 du code de la consommation précise les cas où le litige ne peut être examiné par le Médiateur.

#### **1.2 – Recevabilité de la demande de Médiation**

**Le Médiateur MEDIAFRAMA peut être saisi du différend ou litige lorsque :**

- Aucune solution n'a pu être trouvée et que la réponse apportée par le professionnel à une réclamation écrite du client, n'a pas permis de résoudre le litige.
- Le professionnel n'a pas répondu à une réclamation sous un délai de deux mois, ceci équivaut à un rejet, la demande est alors éligible à la médiation.

Dans ce cas, le Médiateur MEDIAFRAMA peut être saisi du différend ou litige.

**Conformément à l'article R 612-2 du Code de la consommation, Le Médiateur MEDIAFRAMA rejettera toute demande de médiation lorsque :**

- Le consommateur ne justifie pas avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès de l'entreprise par une réclamation écrite, selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat ;
- La demande est manifestement infondée ou abusive ;
- La demande n'est pas rédigée en français ;
- Le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre Médiateur ou par un tribunal ;
- 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 ;
- Le litige n'entre pas dans son champ de compétence.

Le consommateur est informé par le Médiateur, dans un délai de 3 semaines à compter de la réception de son dossier, si sa demande de médiation est recevable ou pas.

## **2. Le Médiateur MEDIAFRAMA**

Le Médiateur MEDIAFRAMA, accomplit sa mission avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable.

Conformément à l'article R.613-1 du code de la consommation, le médiateur de la consommation informe, sans délai, les parties de la survenance de toute circonstance susceptible d'affecter son indépendance, son impartialité ou de nature à créer un conflit d'intérêt ainsi que leur droit de s'opposer à la poursuite de sa mission.

### **2.1 – Impartialité**

Par son expérience, la durée de son mandat le Médiateur, qui est une personne identifiée, apporte aux requérants les plus grandes garanties d'impartialité et d'indépendance.

Le Médiateur s'engage à élaborer d'une manière impartiale une solution en équité et en droit aux questions présentées par les consommateurs.

Il favorise la recherche de solution amiable, équilibrée et définitive de la manière qu'il estime la plus appropriée aux intérêts des parties.

### **2.2 – Indépendance**

Le Médiateur MEDIAFRAMA est nommé pour un mandat de trois ans renouvelable.

Le Médiateur dispose de moyens suffisants lui permettant de garantir pleinement l'exécution de ses missions.

Le Médiateur informe clairement les requérants de son positionnement par rapport aux entités concernées afin qu'ils soient en mesure de le choisir, en toute connaissance, comme tiers dans la recherche du règlement impartial de leur différend.

Le Médiateur dispose d'un budget propre et d'une équipe spécifique. Il est irrévocable pendant la durée de son mandat sauf pour des motifs légitimes.

Il ne peut recevoir aucune instruction des entreprises représentées par MEDIAFRAMA et il n'a aucun lien hiérarchique ou fonctionnel avec ces entreprises.

Il s'engage à refuser, suspendre ou interrompre la médiation si ces conditions ne lui paraissent pas ou plus réunies.

### **2.3 – Compétence**

Le Médiateur a suivi une formation spécifique à la médiation (sensibilisation et approfondissement à IGPDE) et bénéficie d'une expérience approfondie dans ce domaine.

Il possède une expertise des sujets sur lesquels portent les médiations qui lui sont confiées.

Il actualise et perfectionne ses connaissances théoriques et pratiques par une formation continue.

La compétence du Médiateur s'étend aux entreprises qui lui ont confié la médiation et à leurs établissements.

### **3. Informations et Libertés**

#### **3.1 – Confidentialité**

Conformément à l'article R 612-3 du Code de la Consommation, la médiation est soumise à l'obligation de confidentialité prévue par l'article 21-3 de la loi n° 95-125 du 8 FEVRIER 1995 relative à l'organisation des juridictions et de la procédure civile, pénale et administrative.

L'Etablissement et le consommateur, parties à la médiation, sont tenus de respecter la confidentialité des informations et documents échangés dans le cadre de la procédure de médiation.

Sauf exceptions prévues par la loi, les constatations et les déclarations recueillies au cours de la médiation ne peuvent être ni divulguées aux tiers, ni invoqués ou produites dans le cadre d'une instance judiciaire ou arbitrale sans l'accord des parties.

Il est inscrit sur la liste des médiateurs notifiée à la Commission Européenne, établie et mise à jour par la Commission d'Evaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (formalités en cours).

Cette Commission évalue son activité de médiation et en contrôle la régularité.

#### **3.2 – Loyauté**

Le médiateur s'interdit de représenter ou de conseiller l'une des parties dans une procédure relative au litige faisant l'objet de la médiation.

#### **3.3 - Traitement des données personnelles**

Les informations demandées dans le cadre de la saisine sont destinées au Médiateur MEDIAFRAMA en tant que responsable de traitement et sont obligatoires pour lui permettre de traiter la demande. Dans le cadre d'une saisine du Médiateur via son site internet, un formulaire incomplet, pourrait ne pas lui permettre de répondre à la demande.

Conformément à la Loi « Informatique et Libertés » du 6 Janvier 1978 modifiée, le client consommateur bénéficie d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition pouvant être exercé en écrivant à : Médiateur MEDIAFRAMA – 41, Rue Simon Vollant – Parc d'Activité de la Cessioie 59130 LAMBERSART.

### **4. Le déroulement de la procédure de médiation**

#### **4.1 - Information et Communication :**

Les professionnels représentés par MEDIAFRAMA communiquent de façon appropriée sur l'existence du Médiateur MEDIAFRAMA, son rôle, son champ de compétence et les modalités de saisine notamment au travers la mise en place d'un lien sur le site Internet de chaque professionnel, renvoyant vers le site Internet du Médiateur.

Conformément à l'article L.614.1 du Code de la Consommation, le Médiateur met à la disposition des consommateurs, un site internet dédié à la médiation de la consommation qui comprend les informations suivantes :

- Les adresses postale et électronique du Médiateur ;
- La mention de son inscription sur la liste des Médiateurs référencés par la CECM
- La décision de sa nomination et la durée de son mandat
- Ses diplômes ou son parcours professionnel
- L'information de son appartenance, le cas échéant, à des réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers,
- Les types de litiges relevant de sa compétence ;
- La référence au livre VI, chapitre 1<sup>er</sup>, du code de la consommation relatif au règlement des Litiges (partie législative et réglementaire) ;
- Les cas dans lesquels, en application de l'article L. 6.12-2, un litige ne peut faire l'objet d'une médiation (Cf partie 2 du paragraphe 1) ;
- La liste des langues utilisées pour la médiation en application de l'article R.614-1 du code de la consommation ;
- Le lien vers le site internet de la Commission européenne dédié à la médiation de la consommation en application de l'article R.614-1) : [http://ec.europa.eu/consumers/solving\\_consumerdisputes/non-judicial-redress/adr-odr/index.en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/solving_consumerdisputes/non-judicial-redress/adr-odr/index.en.htm)
- Le déroulement de la médiation ;
- Le rôle du Médiateur.

La réponse négative du professionnel concerné par le différend comporte également les coordonnées et les modalités de saisine du Médiateur MEDIAFRAMA.

Il en est de même pour les Conditions Générales de Vente propres à chaque professionnel qui constituent le contrat entre le consommateur et le professionnel concerné.

#### **4.2 – la Saisine**

Le client consommateur de l’Etablissement saisit le Médiateur :

- En remplissant le formulaire en ligne disponible sur le site <https://www.mediaframa.com>
- En écrivant à l’adresse suivante :  
Le Médiateur MEDIAFRAMA  
41, Rue Simon Vollant – Bât. B  
Parc d’Activité de la Cessoie  
59130 LAMBERSART

La saisine du Médiateur doit s’effectuer obligatoirement par écrit et en langue française. Seul le titulaire du contrat ou, dans les conditions visées à l’article R. 152-1 du Code de la Consommation, son mandataire peut saisir la médiation.

#### **4.3 – Déroulement et durée de la Médiation**

Le consommateur est informé par le Médiateur, dans un délai de trois (3) semaines à compter de la réception de son dossier, du rejet éventuel de sa demande de médiation.

Conformément à l’article R 612.5 du code de la Consommation, l’issue de la médiation intervient, au plus tard, dans un délai de quatre-vingt-dix (90) jours à compter de la date de la notification mentionnée à l’article R 612-2. Le Médiateur peut prolonger ce délai, à tout moment, en cas de litige complexe. Il en avise alors immédiatement les parties.

Le traitement est écrit. La réponse du Médiateur est rédigée en français. La procédure est gratuite pour le consommateur.

Conformément à l’article R.612-1 du Code de la Consommation, les parties ont la faculté, à leur charge, de se faire représenter par un avocat ou de se faire assister par toute personne de leur choix à tous les stades de la médiation.

Chaque partie peut également solliciter l’avis d’un expert, dont les frais sont à sa charge.

En cas de demande conjointe d’expertise, les frais sont partagés entre les parties.

Cependant, n’est pas supporté par le Médiateur, les frais d’envoi et de photocopie que peut générer la procédure à l’égard du consommateur.

Le médiateur statue par écrit en droit et/ou en équité.

La mise en œuvre de l’avis rendu doit intervenir dans un délai d’1 mois à compter de la notification (sauf situation complexe défini dans l’avis) ; l’Etablissement doit informer le Médiateur de toute éventuelle difficulté dans la mise en œuvre de l’avis rendu.

#### **4.4 - Clôture de la procédure de médiation**

**La procédure de Médiation prend fin :**

- Par l’envoi de l’avis du médiateur
- Par la signature d’un accord amiable entre les parties, mettant fin au litige. Cet accord revêt alors le caractère d’une transaction au sens de l’article 2044 du Code Civil ;
- Par le retrait, possible à tout moment, d’une des parties du processus de médiation
- En cas d’exécution volontaire mettant fin à l’objet du litige
- En cas d’assignation en justice par l’une des parties à propos de l’objet du litige ou de mandat de représentation confié à un conseil à des fins contentieuses
- En faisant connaître aux parties la solution qu’il propose. Dans ce cas, conformément à l’article R 612-4 du code de la consommation, le Médiateur leur rappelle, par courrier simple ou par voie électronique :
  - o Qu’elles sont libres d’accepter ou de refuser sa proposition de solution ;
  - o Que la participation à la médiation n’exclut pas la possibilité d’un recours devant une juridiction ;
  - o Que la solution peut être différente de la décision qui serait rendue par un juge

Le médiateur précise également quels sont les effets juridiques de l'acceptation de la proposition de solution et fixe un délai d'acceptation ou de refus de celle-ci de 15 jours.

### **Quelle que soit l'issue de la médiation, le Médiateur établit un constat de fin de mission**

Sauf convention contraire des parties, ou en cas de mise en demeure d'une juridiction compétente :

- Le Médiateur et les parties s'interdisent, conformément à l'article 3.1 de la présente charte, d'invoquer comme preuve ou d'aucune autre manière dans une procédure judiciaire ou arbitrale :
  - o Toute opinion exprimée ou toute suggestion formulée par l'une des parties quant à un éventuel règlement du différend ou du litige
  - o Toute proposition présentée ou toute opinion exprimée par le Médiateur
  - o Le fait qu'une partie se soit ou non déclarée prête à accepter une proposition e règlement émanant du Médiateur ou de l'autre partie
- Le Médiateur ne peut intervenir à l'occasion d'une procédure judiciaire, arbitrale et d'une manière générale dans toute instance ayant un rapport avec le litige.

### **5. Exclusion de responsabilité**

Sauf faute lourde, le Médiateur ne peut voir sa responsabilité engagée à l'égard des parties.

Notamment, le Médiateur ne pourra voir sa responsabilité recherchée à l'occasion des déclarations écrites ou verbales, de la rédaction de documents ou lettres utilisés dans le déroulement de la médiation.

### **6. Publicité – rapport annuel et Charte**

Conformément à l'article R. 614-1 du Code de la consommation, l'existence de la médiation et ses modalités d'accès font l'objet par l'Etablissement d'une information sur son site internet, sur ses conditions générales de vente ou de service ou sur tout support adapté.

Un exemplaire de la Charte de la médiation auprès de MEDIAFRAMA est remis à toute personne qui en fait la demande. Elle est consultable à tout moment sur le site internet du Médiateur <https://www.mediaframa.com>.

Conformément à l'article R.614-2 du code de la consommation, chaque année, le Médiateur établit un rapport d'activité qu'il met à disposition du public sur son site internet ou communique sur demande et qui comporte les informations suivantes :

- Le nombre de litiges dont le médiateur a été saisi et leur objet
- Les questions les plus fréquemment rencontrées dans les litiges et qui lui sont soumis et ses recommandations afin de les éviter
- La proportion de litiges qu'il a refusé de traiter et l'évaluation en pourcentage des différents motifs de refus
- Le pourcentage des médiations interrompues et les causes principales de cette interruption
- La durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges
- S'il est connu, le pourcentage des médiations qui sont exécutées
- L'existence de la coopération au sein de réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers
- Le pourcentage des solutions proposées en faveur du consommateur ou du professionnel ainsi que le pourcentage des litiges résolus à l'amiable