



La médiation de la consommation : un levier puissant pour la confiance et la justice

Fiche pratique publié le 07/12/2024, vu 375 fois, Auteur : [noo-médiation](#)

Depuis 2016, la médiation de la consommation s'est imposée comme un outil incontournable pour régler les litiges entre professionnels et consommateurs. Pourtant, cette mécanique reste méconnue, tant des entreprises que des clients.

La médiation de la consommation est un mode de résolution amiable des conflits, institué par la loi Hamon (2014) et réglementé par le Code de la consommation. Elle permet au **consommateur** de solliciter gratuitement l'intervention d'un **tiers neutre, indépendant et impartial** pour trouver une solution à son **litige avec un professionnel**.

Depuis le 1er janvier 2016, tout professionnel qui vend un produit ou un service doit proposer une solution de médiation à ses clients. Cette obligation repose sur plusieurs articles du Code de la consommation (notamment L.612-1).

Les obligations des professionnels :

- Informer clairement les consommateurs de l'existence de la médiation et de l'identité du médiateur choisi.
- Afficher ces informations sur les documents contractuels, le site web, ou en point de vente.

En cas de non-conformité, l'entreprise s'expose à une amende administrative pouvant atteindre 15000 euros (article L.641-1).

Les avantages de la médiation pour les entreprises

Bien qu'obligatoire, la médiation est un **outil stratégique** pour les entreprises qui :

1. **Renforce la relation client** : proposer une médiation montre que l'entreprise est à l'écoute et souhaite résoudre les problèmes rapidement et efficacement.
2. **Réduit les coûts liés aux litiges** : La médiation évite des procédures judiciaires longues et coûteuses.
- 3.

Préserve l'image de marque : Un litige résolu rapidement et à l'amiable limite les risques d'avis négatifs ou de publicité nuisible.

Les atouts pour la société

La médiation de la consommation présente également des avantages significatifs pour la société dans son ensemble :

1. **Réduire les tensions sociales** : En facilitant des solutions amiables, la médiation encourage le dialogue et désamorce les conflits avant qu'ils n'escaladent.
2. **Promouvoir une culture de responsabilité** : Elle incite les entreprises à améliorer leurs pratiques et les consommateurs à être plus exigeants, tout en favorisant une meilleure compréhension réciproque.
3. **Renforcer la confiance** : Un système efficace de médiation contribue à instaurer un climat de confiance entre les acteurs économiques et les citoyens.

Les bénéfices pour la justice traditionnelle

La médiation de la consommation apporte également un soulagement significatif au système judiciaire traditionnel en ce qu'elle :

1. **Désengorge les tribunaux** : En résolvant les litiges à l'amiable, la médiation permet de réduire le nombre d'affaires portées devant les tribunaux, allégeant ainsi la charge de travail des juges.
2. **Accélère la résolution des conflits** : Contrairement aux procédures judiciaires qui peuvent prendre des mois ou des années, la médiation offre une solution rapide et efficace.
3. **Réduit les coûts pour les justiciables** : Les frais liés à un procès — honoraires d'avocats, frais de justice, etc. — sont souvent supérieurs à ceux liés à une médiation.

Comment les consommateurs peuvent-ils en bénéficier ?

Pour faire appel à un médiateur, le consommateur doit d'abord tenter une réclamation directe auprès du professionnel. Si aucune solution n'est trouvée, il peut saisir gratuitement le médiateur identifié par l'entreprise.

Les étapes simples du processus :

1. **Réclamer auprès du professionnel** (par écrit)

2. **Saisir le médiateur** via un formulaire en ligne ou par courrier.
3. **Participer au processus** : Le médiateur examine le dossier et propose une solution à l'amiable, que les deux parties sont libres d'accepter ou non.

Quels sont les secteurs les plus concernés ?

- **Commerce électronique** : Litiges liés aux livraisons ou aux produits non conformes.
- **Banques et assurances** : Contestations sur les frais ou indemnisations.
- **Transport** : Retards, annulations, bagages perdus.
- **Energie** : Facturations incorrectes ou coupures abusives.

Malgré son utilité, beaucoup de consommateurs ignorent l'existence de ce recours. De leur côté, certaines entreprises, notamment des PME et TPE, ne se sont pas encore mises en conformité avec leurs obligations.

Un conseil pour les professionnels : Investir dans une bonne communication sur ce sujet peut éviter bien des conflits et répondre aux attentes croissantes des clients.

La médiation de la consommation est bien plus qu'une simple obligation légale. C'est un levier puissant pour améliorer la relation client, préserver la réputation de l'entreprise et résoudre les conflits rapidement. Pour la société et la justice, elle représente une alternative efficace, permettant de promouvoir la responsabilité et la confiance tout en allégeant le système judiciaire. En tant que consommateur ou professionnel, mieux connaître cet outil, c'est être mieux armé face aux litiges de la vie quotidienne.