

# Rapport annuel d'activité 2021

---



## Médiation de la consommation

JUIN 2022

---



Version V1.1

---

## Préambule

L'Association Nationale des Médiateurs, et plus particulièrement son entité de la consommation **ANM CONSOMMATION**, est inscrite sur la liste des médiateurs de la consommation par décision du 29 Septembre 2016 de la Commission d'Evaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC) et ce conformément à la charte de l'entité ANM CONSOMMATION. L'inscription de L'ANM CONSOMMATION à la liste des médiateurs a été renouvelée suite au contrôle de la CECMC en 2021.

En tant que médiateur de la consommation et conformément aux dispositions de l'article R614-2 du Code de la Consommation, nous présentons ci-dessous notre rapport annuel d'activité pour l'exercice 2021.

## Introduction

L'Association Nationale des Médiateurs, a pris la décision en 2016 de développer une activité de médiation de la consommation, dans l'esprit qui est le sien, celui d'une médiation soucieuse d'indépendance et de respect de l'intérêt général, attachés à la philosophie de la médiation généraliste.

Les premières années d'exercice nous ont appris que la médiation de la consommation peut être un outil puissant au service des consommateurs et représente pour eux un véritable accès au droit. Lorsque qu'elle s'intègre dans une politique visant la pleine satisfaction de leurs clients, les professionnels trouvent en la médiation de la consommation un outil puissant au service de cet objectif.

A l'ANM, nous vivons la médiation de la consommation avec une volonté d'amélioration constante et c'est la construction, médiation après médiation, d'un processus vertueux passant par des analyses régulières, par le contact quotidien avec nos clients qui nous permettent de dégager des points d'amélioration mutuels.

L'année 2021 s'inscrit dans la dynamique qui a porté l'ANM CONSOMMATION depuis sa création ; renforcement des liens avec les professionnels adhérents, croissance forte des adhésions, doublement des demandes et des médiations effectuées par rapport à 2020, amélioration des pratiques se reflétant dans les différents chiffres que nous allons présenter dans ce rapport. C'est cette voie que nous souhaitons poursuivre dans les années à venir.

Le président de l'ANM  
Didier Morfoisse

---

# Sommaire

## Rapport d'activité ANM CONSOMMATION 2021

### 1. L'ANM CONSOMMATION

#### 2. Les professionnels adhérents

- 2.1. Les fédérations et autres adhérents
- 2.2. Les secteurs d'activité

#### 3. L'activité 2021

- 3.1. Nombre de litiges, saisines
- 3.2. Les questions rencontrées
- 3.3. Litiges traités, recevabilité et motifs de refus
- 3.4. L'entrée en médiation, la position des professionnels
- 3.5. Durée nécessaire au traitement des litiges
- 3.6. Les résultats des médiations
- 3.7. Litiges transfrontaliers -sans objet-
- 3.8. Médiateurs employés exclusivement par un professionnel -sans objet-

---

## 1. L'ANM CONSOMMATION

Nous avons poursuivi en 2021 l'attention toute particulière donnée à l'exécution du processus de médiation afin de pouvoir répondre à l'augmentation des demandes de médiation tout en améliorant la qualité de celui-ci. L'ANM CONSOMMATION garantit que la conduite de la médiation est réalisée conformément aux articles R.612-1 à R.616-2 et L611-1 à L613-3 du Code de la Consommation. Les médiateurs respectent la confidentialité vis-à-vis des professionnels et des consommateurs, qui utilisent la plate-forme de saisine et de traitement des médiations.

L'ANM CONSOMMATION a amplifié ses programmes de formation auprès de l'ensemble de ses médiateurs désignés, renforçant ainsi la qualité de leur pratique, citons en particulier :

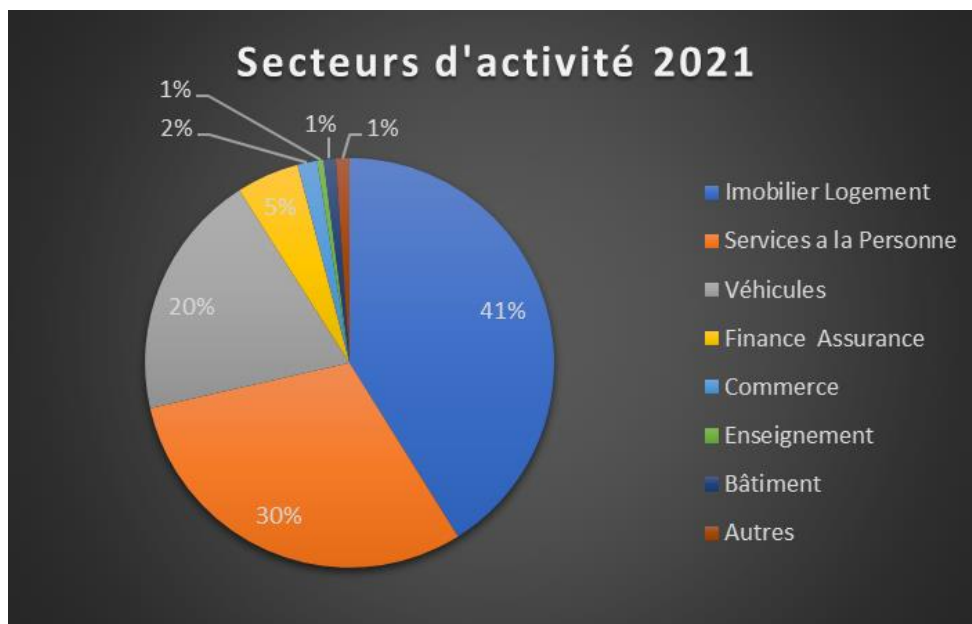
- Le Droit de la Consommation et la jurisprudence, 2 sessions en 2021
- Le processus de la médiation de la consommation – rappel des textes – utilisation des outils – échanges sur les bonnes pratiques.

Cet engagement vis-à-vis de la formation des médiateurs se poursuivra en 2022, en particulier avec la programmation de formations en droit de l'Immobilier et le lancement d'analyses de pratiques dédiées à la médiation de la consommation.

## 2. Les professionnels adhérents

Les adhésions de nouveaux professionnels se sont principalement portées sur le second semestre de l'année 2021, l'ANM CONSOMMATION étant sous le contrôle tri-annuel de la CECMC en première partie d'année. L'arrivée de nouveaux adhérents rattachés aux conventions cadre existantes et un taux de renouvellement dépassant les 90% a permis de consolider le nombre total des entreprises ayant choisi l'ANM CONSOMMATION comme médiateur. Fin décembre 2021 nous comptons plus de 9600 professionnels adhérents contre 8100 en 2020. La grande majorité des professionnels adhèrent à l'ANM Conso à travers l'une des 25 conventions cadre actives mais le nombre de professionnels indépendants continue de croître régulièrement avec 860 entreprises à fin 2021 contre 630 en 2020.

Les fédérations et les professionnels indépendants, adhérents de l'ANM CONSOMMATION se répartissent principalement en 5 grands secteurs d'activité : Commerce, Immobilier Logement, Transport et Contrôle de véhicules, Finance Assurances, Services à la personne. En 2021 l'ANM CONSOMMATION a poursuivi l'extension de son champ de compétences, citons en particulier les métiers du bâtiment et de l'enseignement qui renforcent leur présence.



Cette répartition des adhésions n'est cependant pas représentative de l'activité de médiation proprement dite, certains secteurs générant structurellement moins de demandes de médiations que d'autres.

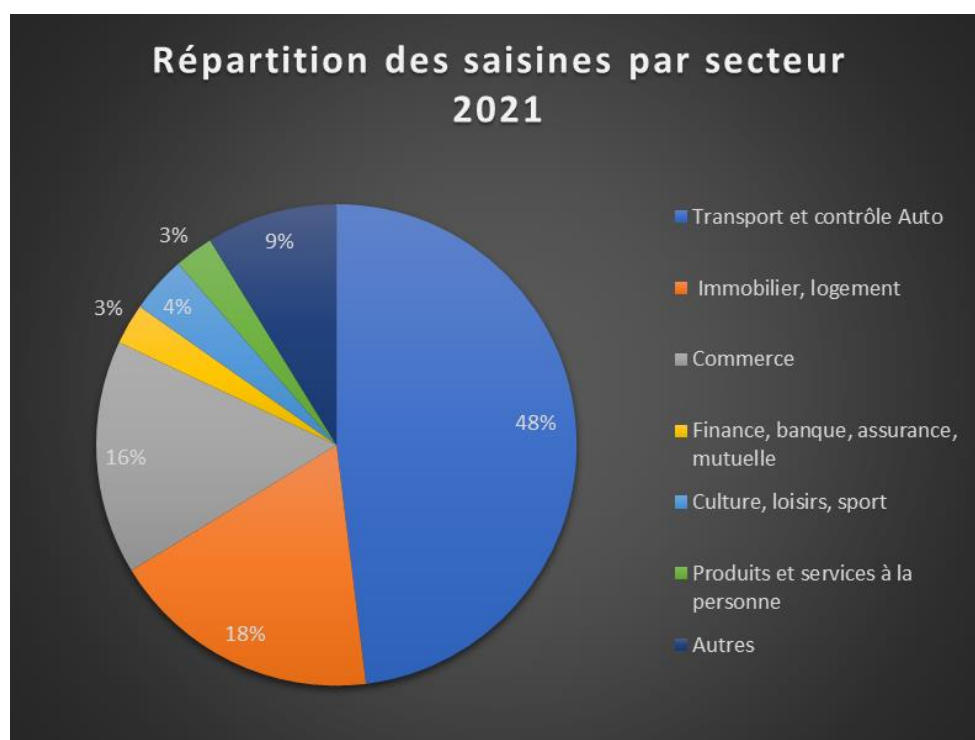
### 3. L'activité 2021

#### 3.1. Nombre de litiges, Saisines

En 2021, le nombre de saisines a doublé par rapport à 2020 atteignant 839 demandes des consommateurs. Nous sommes ainsi passés de 93 saisines en 2018 puis 215 en 2019, 431 en 2020 et finalement 839 en 2021. Observons que le taux de croissance des saisines est systématiquement et largement supérieur à celui des adhésions, ceci nous informe sur la constante amélioration de l'appropriation du dispositif par les consommateurs. Même si beaucoup de chemin reste à parcourir, nous supposons que nos actions de communication déployée vers les professionnels, incitant ceux-ci à mieux relayer l'information vers leurs clients participent à la diffusion large de la médiation de la consommation. Les saisines se répartissent

principalement selon 6 secteurs, différents dans leur ordre et leur poids de ceux des adhésions. Nous retrouvons comme les années précédentes le transport – marchandises en particulier – comme le premier secteur générant des demandes de médiation, l'ANM CONSOMMATION comptant parmi ses clients plusieurs entreprises importantes de la livraison à domicile. Le secteur immobilier continue de croître et les demandes de médiation s'y font plus nombreuses, le dispositif est de mieux en mieux connu et utilisé dans ce domaine. Enfin le commerce, et particulièrement le commerce à distance vient en troisième position.

Secteurs d'activité	Nombre de Saisines
<b>F - Transport public de voyageurs, transport de marchandises</b>	403
<b>C - Immobilier, logement</b>	153
<b>A - Commerce de produits de grande consommation</b>	132
<b>H - Finance, banque, assurance, mutuelle</b>	23
<b>L - Culture, loisirs, sport</b>	32
<b>N - Produits et services à la personne</b>	22
<b>Autres</b>	74



---

### 3.2. Les questions rencontrées

L'année 2021 n'a pas vu de variation significative par rapport aux années précédentes en ce qui concerne des thèmes faisant l'objet de saisines par les consommateurs. Nous observons principalement les questions suivantes :

- La non réception ou retard de livraison de la commande
- Le non-respect des conditions de vente ou conditions promotionnelles
- Défaut du produit, non-conformité
- Mécontentement pour le service rendu
- L'absence de réaction de la part du professionnel aux sollicitations du consommateur

### 3.3. Litiges traités, recevabilité et motifs de refus

En rapport avec l'augmentation des saisines, le nombre de litiges traités continue sa forte progression pour atteindre 695 dossier jugés recevables en 2021 contre 356 l'année précédente. 116 dossiers ont été jugés irrecevables cette année où l'on observe une évolution des causes. Le manque de justification du consommateur d'une action de réclamation préalable reste la première cause pour la moitié des cas (57 dossiers) alors qu'il représentait 95% des cas en 2020. Viennent ensuite pour 21% " demande infondée ou abusive " et 17% "litige en cours d'examen". Enfin pour 14 dossiers soit 12% des cas, le consommateur saisit sa demande plus de 12 mois après sa réclamation écrite au professionnel.

### 3.4. L'entrée en médiation, la position des professionnels

En données brutes le taux d'entrée en médiation, bien qu'en légère amélioration, reste faible avec 17% en 2021 contre 15% en 2020. L'analyse plus fine du taux de refus fait apparaitre de grandes disparités selon les secteurs ou selon les professionnels. Si l'on isole le cas de 4 professionnels\* (représentant un total de 488 refus sur 577) qui, pour des raisons très spécifiques et traités par ailleurs, sont amenés à refuser quasi systématiquement les demandes de médiations nous retrouvons un taux le taux d'entrée en médiation de 57%, en progression de 7 points par rapport à 2020. Dans tous les cas, l'implication forte du médiateur désigné envers le professionnel, dès le prononcé de la recevabilité, reste un facteur déterminant de l'entrée en médiation. Le médiateur en charge du dossier va devoir expliquer ou réexpliquer les enjeux de la médiation qui restent largement méconnus par les professionnels.

---

(\*) En tant que médiateur de la consommation, l'ANM CONSOMMATION s'engage dans une démarche d'analyse et d'action avec tout professionnel refusant quasi systématiquement l'entrée en médiation afin d'assurer au consommateur un recours effectif à la médiation. Le résultat de cette démarche permet dans certains cas d'améliorer le dispositif. Notons le cas d'un professionnel, exerçant dans le domaine du transport et de la livraison à domicile où la médiation est rarement acceptée mais le consommateur, une fois la demande jugée recevable, est systématiquement indemnisé. Dans un autre cas, les demandes de médiation agissent comme un accélérateur à la résolution de certains dossiers en souffrance.

### 3.5. Durée nécessaire au traitement des litiges

La durée de traitement des litiges et le délai de traitement de la recevabilité continuent de faire l'objet d'une attention toute particulière, la rapidité de la prise en charge crée une dynamique favorable à la bonne conduite des médiations. Le délai moyen de traitement des médiations s'établit en 2021 à 47 jours, il était de 68 jours en 2020 et 82 jours en 2019. L'amélioration continue de ce délai est due pour partie au suivi rigoureux des dossiers dépassant les 90 jours amenant la quasi disparition des dossiers ouverts depuis plus de 180 jours. Les délais d'obtention d'une réponse par le professionnel, que ce soit pour l'entrée en médiation ou bien concernant la proposition du médiateur restent souvent trop longs et impactent fortement le délai moyen de traitement. Le travail réalisé avec les médiateurs désignés de l'ANM CONSOMMATION à travers l'échange autour des bonnes pratiques sur l'utilisation de l'outil et le bon respect du processus reste un axe important pour la maîtrise des délais et temps de traitement.

### 3.6. Les résultats des médiations

118 dossiers de médiations ont été menés à leur terme en 2021, représentant plus du double de 2020. En pourcentage des médiations recevables, nous restons sur la même tendance à hauteur de 17%. Sur les 118 dossiers, 20 sont le fruit d'un accord trouvé entre les parties et pour les 98 restant, le médiateur a émis une proposition de solution. La proposition du médiateur est adoptée par les deux parties à 45%, et lorsque celle-ci est refusée, soit 54 dossiers, c'est le professionnel qui majoritairement refuse la proposition du médiateur (dans 67% des cas).

Ainsi on peut observer que 55% des médiations effectives, soit 65 demandes sur 118, offrent une issue favorable au différent.



---

Si l'on regarde maintenant l'ensemble des médiations jugées recevables nous constatons que dans de nombreux cas, bien que refusant l'entrée en médiation, le professionnel se rapproche du consommateur et va lui proposer une indemnisation ou une solution spécifique. Bien qu'échappant dans ces cas au processus de médiation, la demande jugée recevable va servir de rappel, voire d'accélérateur et nous estimons que plus de 470 cas sur les 695 demandes recevables trouvent une issue satisfaisante pour le consommateur qui finalement dans 68% des cas trouvera donc satisfaction. Notons enfin qu'il n'est pas rare que les consommateurs, mais aussi parfois des professionnels, fassent part de leur satisfaction à l'issue du processus de médiation, insistant sur l'importance d'avoir pu être écoutés, entendus alors que la situation semblait particulièrement bloquée au départ.

3.7. Litiges transfrontaliers *-sans objet-*

3.8. Médiateurs employés exclusivement par un professionnel *-sans objet-*