

Rapport annuel d'activité 2022



Médiation de la consommation

JUIN 2023



Version V2.1

Préambule

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).

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 2022.

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 de la médiation de la consommation ont permis de prendre la mesure de l’enjeu que cela représente pour les consommateurs et les professionnels d’en ajuster et améliorer le dispositif en permanence.

Le développement rapide ainsi que les recommandations de la CECMC ont amené l’ANM à détacher l’activité de médiation de la consommation au sein d’une nouvelle association, l’ANM **CONSOMMATION**, dont l’unique objet est de continuer à développer la médiation de la consommation en offrant un service de qualité aux professionnels et aux consommateurs. C’est donc pour L’ANM **CONSOMMATION**, constituée sous sa nouvelle forme, son premier bilan d’activité qui se place en droite ligne du travail réalisé jusqu’alors.

La Présidente de l’ANM **CONSOMMATION**
Aline Di Méglio

Sommaire

Rapport d'activité ANM CONSOMMATION 2022

1. L'ANM CONSOMMATION

2. Les professionnels adhérents

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

3. L'activité 2022

- 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 2022 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 défend une médiation personnalisée et de qualité, chaque demande de médiation déposée par un consommateur est prise en charge du début à la fin du processus par l'un des 21 médiateurs et médiatrices désignés, tous expérimentés et couvrant un large spectre d'activité.

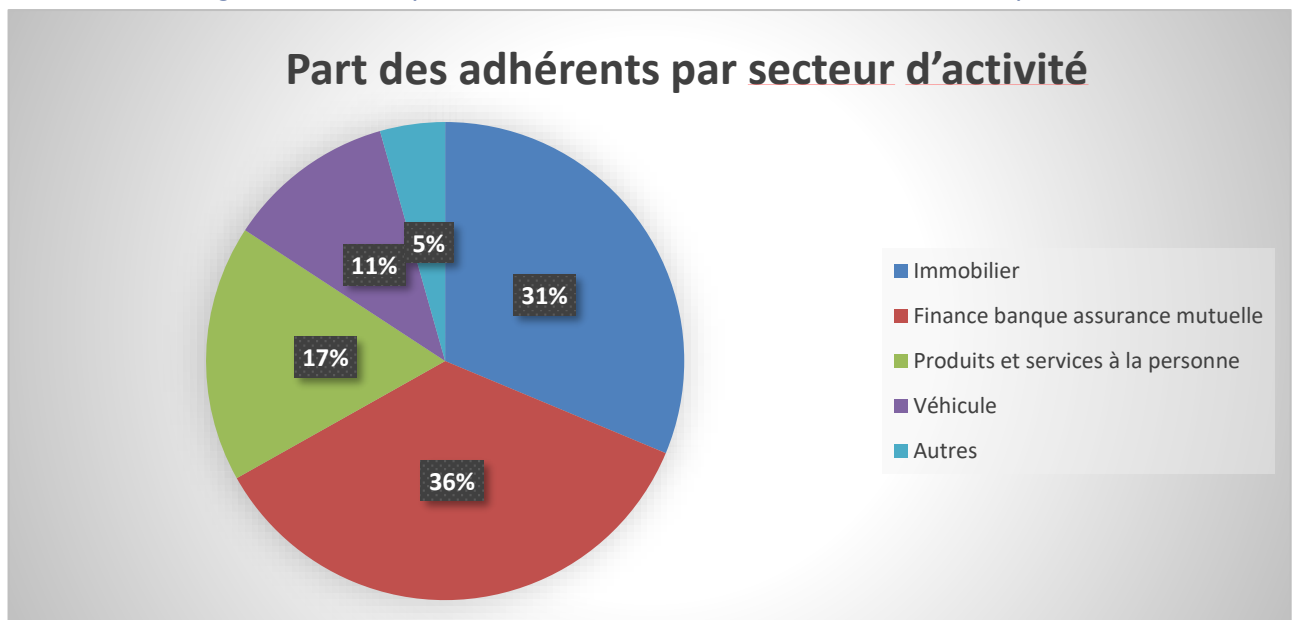
Comme annoncé dans le rapport 2021, L'ANM CONSOMMATION continue d'investir dans ses programmes de formation auprès de l'ensemble de ses médiateurs désignés, renforçant ainsi la qualité de leur pratique, citons en particulier pour 2022 :

- Rappel Le Droit de la Consommation et la jurisprudence
- Droit de l'immobilier (gestion locative et transactions)
- Lancement d'un groupe d'analyse de pratiques dédié aux médiateurs de la consommation.

2. Les professionnels adhérents

Les adhésions de nouveaux professionnels se sont principalement portées sur le second semestre de l'année 2022. 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 2022 nous comptons plus de 20 000 professionnels adhérents contre 14 500 en 2021. La grande majorité des professionnels adhèrent à l'ANM CONSOMMATION à travers l'une des 30 conventions cadre actives, et le nombre de professionnels indépendants continue de croître régulièrement avec 1500 entreprises à fin 2022 contre 860 en 2021. Nous notons cette année l'arrivée de nouveaux clients dans deux secteurs jusqu'alors peu présents à l'ANM CONSOMMATION, le commerce Pharmaceutique et le courtage (intermédiaire en opérations de banque et en services de paiement, IOBSP).

Les fédérations et les professionnels indépendants, adhérents de l'ANM CONSOMMATION se répartissent principalement en 5 grands secteurs d'activité : Finance Assurances, Commerce, Immobilier Logement, Transport et Contrôle de véhicules, Services à la personne.



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 2022

3.1. Nombre de litiges, Saisines

En 2022, nous constatons une baisse du nombre de saisines avec 651 demandes de médiation en 2022 contre 839 saisines en 2021, contrairement aux années précédentes où le volume augmentait d'année en année chaque année (431 en 2020, 215 en 2019 et 93 en 2018). Il dépasse cependant de plus de 50% le niveau de 2020.

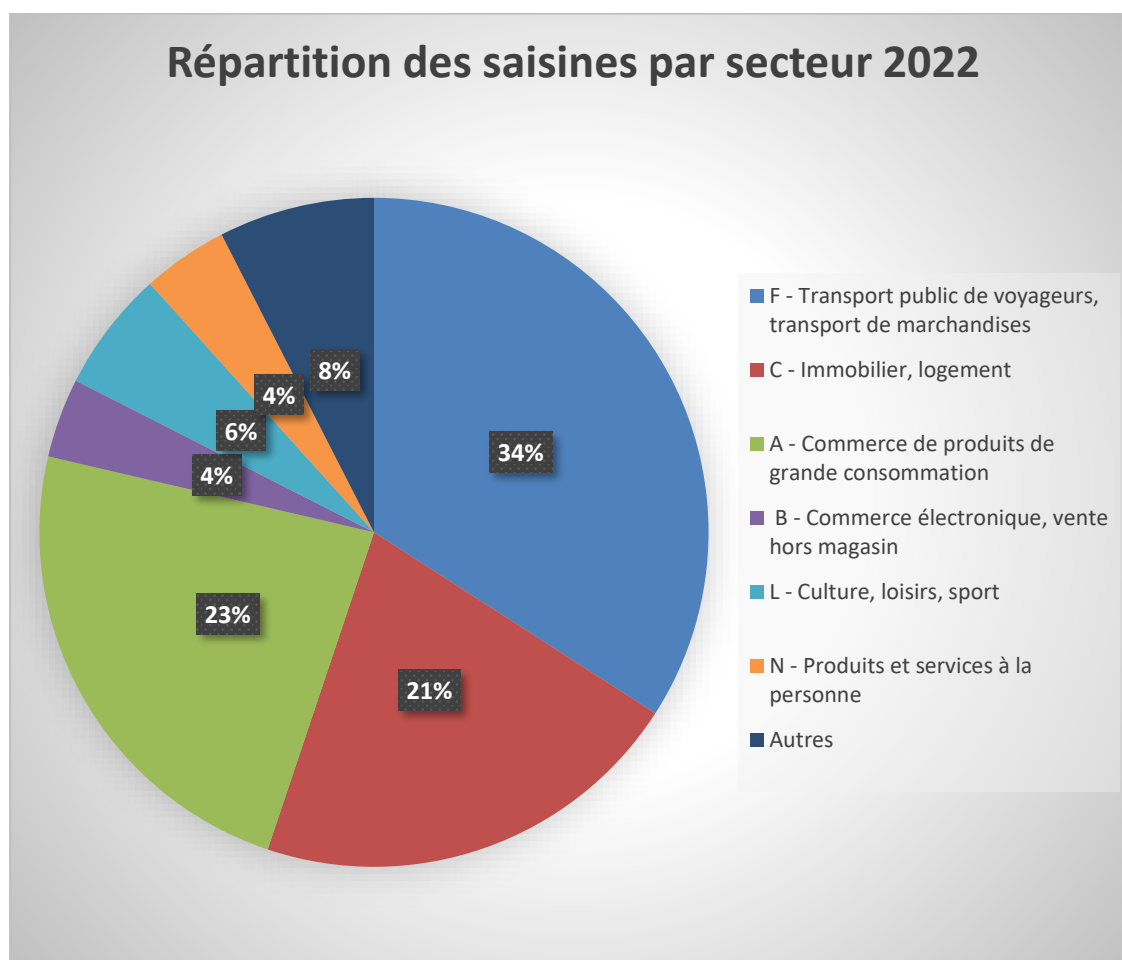
Nous observons un pic de saisine en 2021, conséquence indirecte de la crise sanitaire.

En effet, le pic de 2021 et la décroissance relative en 2022 provient très majoritairement du secteur Transport/livraison de repas à domicile qui est passé de 403 saisines en 2021 à 222 en 2022. Ainsi les consommateurs ont signalé moins de difficultés lors de leurs demande livraison, combinaison probable d'une baisse d'activité et d'une amélioration de la qualité des services rendus. Les autres secteurs sont stables ou en légère croissance de leurs demandes de médiation.

En lissant l'année 2021, nous observons une augmentation constante du nombre de saisines, (plus 210 dossiers entre 2020 et 2022). Ceci nous informe sur la constante amélioration de l'appropriation du dispositif par les consommateurs qui sont de plus en plus nombreux à nous dire connaître la médiation et à réclamer le nom du médiateur aux professionnel à qui ils ont déjà eu à faire auparavant. Nous continuons par ailleurs d'informer les professionnels sur leurs obligations d'affichage et de mise à disposition des contacts médiateurs tout en les incitant à relayer cette l'information vers leurs clients, qui participent ainsi à la diffusion large de la médiation.

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. Plusieurs webinars ont été réalisés en 2022, réunissant plusieurs dizaines de professionnels. Enfin le commerce vient en troisième position.

Secteurs d'activité	Nombre de Saisines
F - Transport public de voyageurs, transport de marchandises	222
C - Immobilier, logement	137
A - Commerce de produits de grande consommation	153
B - Commerce électronique, vente hors magasin	25
L - Culture, loisirs, sport	38
N - Produits et services à la personne	27
Autres	49



3.2. Les questions rencontrées

Comme l'année 2021, l'année 2022 n'a pas vu de changement significatif par rapport aux années précédentes en ce qui concerne des thèmes faisant l'objet de saisines par les consommateurs.

Vient en tête le manque de réaction du professionnel aux sollicitations de son client avec 180 demandes de ce type. En tant que médiateur, nous partageons également ce constat, tant il est difficile dans de nombreux cas à obtenir une simple réponse des professionnels aux demandes de médiations recevables.

Arrivent ensuite les non réceptions ou retard de commande -125 cas- ; le mécontentement du service rendu -112 cas- puis la non-conformité des produits ; les prestations non fournies ; le non-respect des conditions de vente.

- 180 Demandes de médiation : Absence de réaction de la part du professionnel aux sollicitations du consommateur
- 125 : Non-réception ou retard de livraison de la commande
- 112 : Mécontentement pour le service rendu
- 93 : Défaut du produit, non-conformité
- 82 : Prestation contractuelle non fournie
- 59 : Non-respect des conditions de vente ou conditions promotionnelles

3.3. Litiges traités, recevabilité et motifs de refus

Nous comptons 529 dossiers jugés recevables en 2022 contre 695 l'année précédente et 356 en 2020.

122 dossiers ont été jugés irrecevables cette année et l'on observe un renforcement du manque de justification du consommateur d'une action de réclamation préalable -avec 71 dossiers ou 58% des cas-, alors que nous étions en 2021 à 49%. Nous voyons les consommateurs saisir le médiateur beaucoup plus rapidement, ce qui est une bonne chose, mais parfois confondre la demande de médiation et la réclamation auprès du professionnel. Viennent ensuite pour 38 % les " demande infondée ou abusive " et pour 4 dossiers, le consommateur a saisi 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 95 dossiers traités soit 18% en 2022 contre 17% en 2021. L'analyse plus fine du taux de refus fait apparaître de grandes disparités selon les secteurs et selon les professionnels. Si l'on isole le cas de 4 professionnels* (représentant un total de 320 refus sur 434) qui, pour des raisons très spécifiques et traités par ailleurs, sont amenés à refuser quasi systématiquement les demandes de médiations nous retrouvons un taux d'entrée en médiation de 36 %.

(*) 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. Il reste le cas de professionnels pour qui la médiation est vue comme un « trouble » à leur processus de traitement des plaintes, si les efforts déployés tout au long de la durée du contrat de 3 ans, n'apportent aucun résultat quant à l'amélioration de l'effectivité du processus et que les refus systématiques persistent, L'ANM CONSOMMATION peut être amenée à remettre en cause le renouvellement de la convention.

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 2022 à 51 jours, il était de 47 jours en 2021. Les délais d'obtention d'une réponse par le professionnel, que ce soit pour l'entrée en médiation ou pour la proposition du médiateur, restent souvent trop longs et impactent fortement le délai moyen de traitement. Le travail réalisé avec les médiateurs de l'ANM CONSOMMATION à travers l'échange autour des bonnes pratiques, en particulier pour la phase de prise de contact avec les professionnels, reste un axe important pour la maîtrise des délais et temps de traitement.

3.6. Les résultats des médiations

95 dossiers de médiations ont été menés à leur terme en 2022. En pourcentage des médiations recevables, nous restons sur la même tendance à hauteur de 18%.

Sur les 95 dossiers, 49 sont le fruit d'un accord trouvé entre les parties et pour les 46 restant, le médiateur a émis une proposition de solution. La proposition du médiateur est adoptée par les deux parties à 52%, et lorsque celle-ci est refusée, soit 22 dossiers, c'est le professionnel qui majoritairement refuse la proposition du médiateur (dans 68% des cas).

Ainsi on peut observer que 77% des médiations effectives, soit 73 demandes sur 95, 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 365 cas sur les 529 demandes recevables trouvent une issue satisfaisante pour le consommateur qui finalement dans près de 69% des cas trouveront 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-*