

La médiation de la consommation : de nouvelles obligations pour les avocats

La loi « Hamon » (loi du 17 mars 2014) avait introduit dans le Code de la Consommation l'article L. 133-4 qui dispose : « *Lors de la conclusion de tout contrat écrit, le consommateur est informé par le professionnel de la possibilité de recourir, en cas de contestation, à une procédure de médiation conventionnelle ou à tout autre mode alternatif de règlement des différends* ».

Un an plus tard l'ordonnance du 20 août 2015 (ordonnance N° 2015-1033), transposant la directive 2013/11/UE du Parlement Européen et du Conseil du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, est venue compléter le Code de la consommation dans un titre V intitulé « Médiation des litiges de consommation » (L.151 et s.).

L'article 152-1 du Code de la Consommation consacre désormais le droit pour tout consommateur de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel.

Ce dispositif, entré en vigueur au 1^{er} janvier 2016, est applicable à la profession d'avocat dans ses relations avec des clients-consommateurs.

Art. L152-1 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. À cet effet, le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation.

L'avocat est donc désormais tenu d'offrir à tout client consommateur la possibilité de recourir gratuitement à un dispositif de médiation de la consommation.

Un médiateur externe ou interne

Le médiateur désigné peut être une entité indépendante du professionnel partie au litige, un médiateur « externe », mais la directive offre la possibilité aux États membres d'autoriser la médiation « interne » sous réserve de certaines conditions d'indépendance et de transparence.

L'Ordonnance française a choisi d'autoriser la médiation interne (contrairement au Royaume-Uni ou à la Belgique, par exemple).

Le médiateur doit posséder des aptitudes dans le domaine de la médiation et de bonnes connaissances juridiques, notamment dans le domaine de la consommation.

Il est nommé pour trois ans et est rémunéré sans considération du résultat de son intervention.

La Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation dont les membres (un conseiller d'État, un conseiller de la Cour de Cassation, des personnalités qualifiées, des représentants d'associations de consommateurs et des représentants d'organisations professionnelles) ont été nommés par arrêté du 15 décembre 2015, s'assure du respect de ces règles.

Le médiateur a l'obligation d'établir un rapport annuel d'activité (art. L 153-1).

Un dispositif non réciproque et non contraignant

Seul le consommateur, et non le professionnel, peut saisir le médiateur à la consommation.

Le consommateur ne peut néanmoins y recourir sans avoir préalablement tenté de régler directement le litige avec le professionnel, et ne peut y recourir si le litige est déjà en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal.

La médiation doit être « *aisément accessible par voie électronique ou par courrier simple* » et le recours à la médiation doit être facultatif et gratuit pour le consommateur (article R.152-1 du décret du 30 octobre 2015).

La procédure de médiation est encadrée dans un délai maximum de 90 jours, le médiateur pouvant prolonger ce délai en cas de litige complexe. À l'issue de la médiation, dans ce délai maximum, le médiateur fait connaître aux parties la solution qu'il propose.

La directive permettait aux États membres de rendre cette solution contraignante pour les parties mais le texte français la rend facultative.

Les nouvelles obligations pour la profession d'avocat

Chaque avocat est d'abord tenu depuis le 1^{er} janvier 2016 d'informer son client consommateur de la possibilité de recourir à la médiation et de lui communiquer les coordonnées du ou des médiateurs compétents dont il relève.

Ces informations doivent être inscrites, de manière visible et lisible, sur son site internet, sur ses conventions d'honoraires ou sur tout autre support adapté. Il y mentionne également l'adresse du site internet du ou de ces médiateurs ;



PAR Béatrice VOSS,
SAF Hauts-de-Seine
Membre du Conseil national
des barreaux

En outre, ces informations devront être rappelées par l'avocat chaque fois qu'il rejettera une réclamation d'un client consommateur.

Tout manquement à cette obligation est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3000 € pour une personne physique et 15000 € pour une personne morale dans les conditions prévues à l'article L.141-1-2.

L'avocat dispose néanmoins d'une possibilité de choix concernant le dispositif de médiation de la consommation qu'il propose à ses clients (médiateur mis en place dans son propre cabinet ou médiateur mis en place par la profession), mais le consommateur reste libre de saisir un médiateur externe dès lors que le litige entre dans son champ de compétence.

La mise en œuvre de la médiation

Dans la mesure où peu de cabinets pourront mettre en place leur propre dispositif de médiation, deux possibilités s'offrent à la profession :

- ▶ soit désigner un médiateur de consommation à l'échelon local dont le coût serait alors supporté par les barreaux ;
- ▶ soit désigner un médiateur de la consommation à l'échelon national dont le coût serait supporté par le Conseil National des Barreaux.

Interrogés par le CNB, certains barreaux se sont prononcés en faveur de la mise en place d'un dispositif de médiation au niveau local aux motifs :

- ▶ qu'il appartient par nature au Bâtonnier d'apporter une résolution amiable aux litiges susceptibles d'être rencontrés entre l'avocat et son client ;
- ▶ que la médiation qui serait instituée sous l'égide du CNB constituerait un empiétement sur les pouvoirs des ordres dans la mesure où les plaintes et la question des honoraires échapperont aux Bâtonniers.

D'autres barreaux se sont prononcés en faveur d'un dispositif de médiation à l'échelle de la Cour d'Appel.



...la désignation d'un médiateur interne à la profession peut contribuer à améliorer l'image de la profession...

D'autres enfin, se sont prononcés en faveur d'un dispositif de médiation de la consommation mis en place par le Conseil National des Barreaux aux motifs :

- ▶ d'assurer l'harmonie, l'homogénéité et la régularité de la médiation des litiges de consommation avocats/clients sur tout le territoire ;
- ▶ de décharger les ordres déjà surchargés des obligations d'une telle structure ;
- ▶ d'être la solution la moins coûteuse.

À l'issue de cette concertation, la Commission « Textes » du CNB a déposé son rapport final sur la médiation dans les litiges de consommation à l'Assemblée Générale des 11 et 12 décembre 2015 qui concluait :

« C'est ainsi que dans la mesure où :

- ▶ les instances professionnelles ne peuvent raisonnablement laisser à chaque avocat le soin de mettre en place un dispositif de médiation ;
- ▶ certains barreaux n'entendent pas ou ne disposent pas de moyens de mettre en place un médiateur de la consommation ;
- ▶ que l'existence d'un médiateur national ne s'oppose pas à la possibilité de recourir à des médiateurs qui seraient mis en place au niveau local ;

Il est proposé la mise en place par le Conseil national des Barreaux d'un médiateur national de la consommation » (Rapport sur la médiation dans les litiges de consommation de Pierre Lafont, président de la Commission Textes).

C'est dans ces conditions que le Conseil National des Barreaux a, lors de son assemblée générale des 11 et 12 décembre 2015, décidé de la mise en place d'un dispositif de médiation de la consommation, et lors de son assemblée générale des 22 et 23 janvier 2016 nommé Monsieur Jérôme Hercé, ancien bâtonnier de Rouen, pour exercer la fonction de médiateur de la consommation de la profession d'avocat.

Cette nouvelle médiation n'est pas obligatoire pour les consommateurs mais sa mise en œuvre constitue une nouvelle contrainte pour la profession et va générer un coût.

Mais la désignation d'un médiateur interne à la profession peut contribuer à améliorer l'image de la profession qui montre qu'elle prend ainsi en compte les préoccupations des consommateurs.

La tâche du médiateur national ne sera pas facile étant donné qu'il aura pour objectif de proposer des solutions non seulement harmonisées mais également adaptées, en prenant en compte les spécificités locales notamment au regard des charges des avocats qui peuvent grandement varier d'une région à l'autre (notamment les charges de loyers).

Les rapports annuels des médiateurs déjà mis en place montrent que le consommateur accepte de manière quasi-systématique la solution proposée par le médiateur, comme en attestent les médiateurs d'EDF (93,5 % d'acceptations), de La Poste (96 %) ou du e-commerce (96 %) alors même que le taux de solutions de médiation totalement favorables au consommateur n'est pas élevé (15 % pour BNP Paribas, 34 % pour la SNCF et 31,8 % pour La Poste). (Médiation de la consommation : contrainte ou opportunité pour les professionnels par M. Dary et H. Leung, dans Perspectives ETUDE N° 112 février 2016). ■

