

# ÉDITORIAL

**Marielle COHEN-BRANCHE**

Médiateur de l'Autorité des marchés financiers

Ancien conseiller à la Cour de cassation



## 2016 : une étape historique pour la médiation 114n6

Officiellement, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016, tous les secteurs marchands des pays européens doivent avoir mis en place un dispositif proposant une médiation amiable et gratuite aux consommateurs, en cas de litige avec un client.

Même si, dans la réalité, ces nouvelles dispositions sont mises en œuvre progressivement, il s'agit d'une étape historique, si l'on veut bien se souvenir que la culture du compromis n'est pas vraiment dans les gènes de nos concitoyens.

Cette petite révolution copernicienne est la résultante d'une volonté claire de l'Union européenne qui, soucieuse depuis plusieurs années d'écarter les obstacles au développement d'un marché intra européen, a jugé que la mise en place obligatoire d'un système de médiation amiable et gratuit pour le consommateur pouvait en constituer un levier puissant.

La directive européenne n° 2013/11/UE du 21 mai 2013 a été transposée en France dans le Code de la consommation par une ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 et un décret n° 2015-1382 du 30 octobre 2015, les textes étant entrés en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2016.

La directive, on le sait, n'a pas cherché à harmoniser les systèmes très divers de médiation. En revanche, ont été créées des exigences nouvelles tant pour les professionnels que pour les médiateurs, dont le contrôle doit être assuré, dans chaque pays européen, par une autorité nationale. En France, cette mission a été dévolue à la CECM (Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation) créée à cet effet et présidée par une haute magistrate, Claude Nocquet, dont la forte personnalité est connue et respectée dans les milieux judiciaires et financiers.

Ces nouveaux textes font apparaître trois possibilités de statut pour un médiateur : public, sectoriel ou d'entreprise. S'agissant du secteur financier, il existe un médiateur public, le médiateur de l'AMF (C. mon. fin., art. L. 621-19) qui dispose d'un monopole de compétence dans son secteur sauf à signer des conventions avec d'autres médiateurs. Pour les secteurs de l'assurance et de la banque, les professionnels ont eu la liberté de choisir entre un statut de médiateur sectoriel ou de médiateur d'entreprise. Le secteur de l'assurance a saisi cette occasion pour mettre en place un médiateur sectoriel. En revanche les banques ont préféré conserver le modèle issu de la loi *Murcef* de 2001, c'est-à-dire un médiateur par établissement ou pour compte commun de plusieurs établissements.

Cette multiplicité de médiateurs, à laquelle s'ajoutent les problèmes de complexité de frontière de champ de compétence, ne facilite pas toujours la tâche du consommateur. Toutefois, les instructions de l'AMF et les recommandations de l'ACPR, en matière de traitement des réclamations de la clientèle, doivent être prochainement mises à jour pour que les clients soient plus clairement informés sur ce point précis. En tant que médiateur public de la consommation dans le secteur financier, j'ai souhaité que les conventions types que je pourrais signer avec des médiateurs bancaires incluent des conditions qui garantissent au consommateur une équivalence de qualité de service : une équipe dédiée au médiateur et un engagement de ce dernier à ce que, une fois la médiation engagée, il veille à ce qu'il n'y ait plus de négociation directe sur ce litige entre le professionnel et son client.

Dans une relation asymétrique comme celle de la médiation de la consommation, il importe que le médiateur puisse y remédier de façon proactive, c'est-à-dire en négociant lui-même avec chacune des parties.