



**ASSISES DE LA CONSOMMATION  
ATELIER N°3  
RENFORCEMENT DE LA RELATION DE CONFIANCE ENTRE CONSOMMATEURS ET  
ENTREPRISES – DISPOSITIF DE MEDIATION**

### I. L'office du juge

L'office du juge en droit de la consommation apparaît aux yeux de la CSF comme une question majeure dans la protection du consommateur.

La CSF se déclare favorable à la proposition formulée par le médiateur de la république, et d'ores et déjà exigé par la Cour de Justice des Communautés européennes, d'imposer au juge de soulever d'office une disposition du Code de la Consommation s'il dispose des éléments de faits suffisants.

Cette obligation participerait, en effet, à l'effectivité du droit la consommation.

Depuis la création du juge de proximité, la représentation par un avocat n'est plus obligatoire. Or, de nombreux litiges dans le secteur de la consommation relèvent de la compétence du tribunal de proximité. Cela peut désavantager les consommateurs qui ne disposent pas des connaissances suffisantes pour invoquer les dispositions du Code de la Consommation en cas de litige et ne peuvent donc utilement appuyer leur demande. Cela se vérifie d'autant plus pour les familles populaires que représente la CSF.

Imposer au juge de les soulever d'office permettrait de palier à ce problème.

Cependant, la CSF estime qu'obliger le juge à soulever d'office les dispositions du code de la consommation ne sera pas suffisant en soi. Des gardes fous devront entourer cette obligation afin d'assurer l'effet utile de la réforme envisagée.

En effet, un juge ne pourra assurer cet office qu'à condition de disposer des connaissances nécessaires sur les règles applicables. Or, comme nous l'avons indiqué précédemment, de nombreux litiges sont traités par des juges de proximité qui ont pour particularité de ne pas être des magistrats professionnels et d'exercer cette activité de manière occasionnelle. Il faut assortir cette mesure d'une obligation de formation initiale pour maîtriser la matière ainsi que d'une obligation de formation continue pour une mise à jour en temps réel des nouvelles dispositions adoptées.

Ce constat pose également une question : - En l'absence de représentation, de quelle manière un consommateur débouté pourra-t-il vérifier que le juge s'est bien soumis à cet office ?

- Quel contrôle peut-on exercer ?
- Quel régime de responsabilité faut-il prévoir ?

Compte tenu des problématiques soulevées, la CSF juge utile que la réflexion se poursuive au-delà des assises afin de trouver le système adéquat pour une meilleure effectivité du droit de la consommation.

## II. L'action de groupe

Bien qu'elle ait déjà eu l'occasion de s'exprimer dans d'autres instances et durant le groupe de travail, la CSF rappelle son attachement à la mise en place d'une action de groupe en France.

Comme l'a indiqué la feuille de route qui nous a été remise au début des travaux, de nombreux consommateurs renoncent à exercer une action individuelle compte tenu des faibles montants en jeu alors qu'ils ont été perçus de manière indue par certains professionnels peu scrupuleux. L'impunité dont bénéficient ces entreprises apparaît alors comme une grave entorse au respect des valeurs consuméristes.

Les procédures actuellement en vigueur ne permettent pas aux associations françaises de préserver l'intérêt collectif. En effet, l'action en représentation conjointe prévue par le droit français a montré ses limites et son inefficacité pour représenter utilement l'intérêt des consommateurs. C'est pourquoi un autre instrument doit sans tarder être envisagé par le gouvernement et viser l'introduction d'une action de groupe en France.

Monsieur le secrétaire d'Etat Hervé NOVELLI a cependant conditionné sa mise en place à quatre conditions : la réorganisation du mouvement consommériste, la transposition de la directive européenne sur la médiation, la sortie de la crise et l'avancée des projets de Bruxelles en la matière.

La CSF considère que sa mise en place ne doit pas attendre davantage.

En effet, cette question est d'ores et déjà abordée au niveau européen. Le processus de réflexion est lancé, doit se poursuivre et donc ne pas être repoussé au sein de chaque Etat membre non pourvu de ce dispositif.

Bien que la nécessité de transposer la directive sur la médiation soit nécessaire, la CSF rappelle que la réflexion au sein des instances européennes intègre l'articulation des moyens alternatifs de règlement des litiges avec l'action de groupe.

La transposition de la directive sur la médiation n'est donc pas incompatible avec une réflexion sur l'action de groupe qui renforcerait les droits des consommateurs.

La CSF préconise même d'envisager largement le champ d'application du recours collectif. En effet, l'évolution de la société exige que soient désormais intégrés dans la notion de litige de consommation les litiges relatifs à l'environnement et à la santé.

La CSF estime que cette voie est inévitable et devra être explorée dans les années à venir.

Cependant, outre la consécration d'une action de groupe en France, il importe que ses conditions aillent dans l'intérêt de la protection des consommateurs. Or, aux yeux de la CSF, cela ne pourra se réaliser

que par le choix de « l'opt out ». Les consommateurs verront leurs intérêts défendus puisqu'ils seront automatiquement intégrés dans la procédure.

Ainsi, même les consommateurs ne bénéficiant pas d'un accès étendu à l'information (niveaux de diplôme moindres, milieux socio-économiques modestes, éloignés géographiquement, personnes âgées...) et souvent moins armés pour la compréhension globale d'un contrat et la connaissance de leurs droits auront une réelle garantie de prise en compte de leur préjudice et un égal accès à une procédure dont ils n'auraient probablement pas eu connaissance sans l' « opt-out ».

A cet effet, afin d'assurer une saisine éclairée des tribunaux et pour répondre à l'inquiétude de voir émerger une « judiciarisation » à outrance, la CSF préconise que cette procédure soit réservée aux seules associations de consommateurs agréées. Le consommateur sera ainsi mieux conseillé et représenté.

Et afin d'éviter toute « mauvaise publicité » aux entreprises respectueuses du droit, nous proposons une procédure en trois phases :

- Le jugement déclaratif de responsabilité : l'association saisit le juge qui détermine le comportement fautif de la société en cause et évalue la hauteur du préjudice subi par l'ensemble des intéressés ;
- La publicité : dans un deuxième temps, une publication (limitée dans le temps) permet de recenser les victimes souhaitant être indemnisées ;
- La répartition des fonds : le juge indemnise les personnes ayant manifesté l'intention de faire partie du groupe, le reliquat alimente un fonds commun destiné à supporter les frais inhérents à la procédure et finance d'autres projets consuméristes (la prévention, l'éducation et l'information notamment).

Cette voie permettrait aux associations de consommateurs de remplir pleinement leurs devoirs : représenter l'ensemble des victimes potentielles qui n'oseraient pas ou ne mesureraient pas l'atteinte portée à leurs droits.

### **III. La médiation**

La CSF est favorable au développement de la médiation dans la résolution des litiges en matière de consommation, bien que comme elle vient de la rappeler, cela ne doit pas occulter le débat sur l'action de groupe.

Consciente que la directive 2008/52/CE du 21 mai 2008 sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale doit être transposée, la CSF juge fondamental de s'interroger sur le choix de l'instrument de transposition.

En effet, en aucun cas cette transposition ne doit se faire par l'autorégulation ou par des instruments dont l'autorité repose sur le seul volontariat.

Seul un texte législatif pourra assurer une effectivité réelle aux exigences de la directive aux vues de son caractère contraignant, et permettra de sanctionner tout manquement aux prescriptions communautaires.

Néanmoins, et aux vues du champ d'application large de la directive, la CSF rappelle que cela ne doit pas se faire au détriment des travaux du CNC qui ont développé des principes spécifiques aux litiges de consommation. Ceux-ci devront également être repris afin de leur conférer une pleine autorité.

- **L'indépendance de la médiation**

Même si cela n'est pas explicitement repris par la directive sur la médiation, la CSF demande que le principe d'indépendance de la médiation soit repris dans le projet de loi de transposition et ne soit pas confondu avec le principe d'impartialité. Il est un principe fondamental de la médiation, au même titre que l'impartialité, la confidentialité, la compétence et l'efficacité.

La CSF n'est d'ailleurs pas la seule à avoir formulé cette demande, qui a emporté l'adhésion de nombreuses parties prenantes au groupe de travail.

Cela implique que le service de médiation ne soit pas rattaché, par quel que lien que ce soit, avec le professionnel. Aucun lien de subordination ne doit donc exister entre le médiateur et le professionnel avec lequel le consommateur a un litige.

Cette exigence est une des conditions qui renforcera la confiance du consommateur dans le processus de médiation et qui l'incitera à y recourir pour régler son litige. Dans le cas contraire, en effet, le consommateur pourrait craindre que cela génère un conflit d'intérêt entre l'entreprise et le médiateur.

- **Le comité de médiation**

La CSF est plus que réservée sur la création d'un comité de médiation.

Elle a bien pris note qu'au-delà d'une mission d'observation, ce comité devrait évaluer les processus de médiation existant, émettre des recommandations sur les bonnes pratiques à adopter, voire abriter une plateforme de médiation.

Elle s'interroge cependant sur la réelle portée de ces recommandations. Elle craint, en effet, que leur autorité soit insuffisante pour garantir une médiation de qualité. Le respect des recommandations reste plus qu'aléatoire. Cet aspect ne doit pas être négligé dans les débats.

C'est pourquoi, la CSF propose de privilégier l'élaboration d'un référentiel, destiné à garantir une médiation de qualité, que devront respecter les organismes de médiation.

Il porterait sur la formation des médiateurs, essentielle pour garantir une médiation de qualité mais aussi sur des critères objectifs d'évaluation ainsi que sur le processus de médiation en tant que tel.

Il représenterait un repère tant pour les consommateurs que les professionnels pour recourir à un service de médiation.