fédération française de la franchise

Le 27 septembre 2012

REGLEMENT DE LA MEDIATION FRANCHISE – CONSOMMATEURS

Le présent règlement est établi afin d'offrir aux consommateurs un moyen simple et efficace de traiter les différends qui peuvent les opposer à des franchisés et/ou des franchiseurs, en tenant compte des principes établis dans le Code européen de déontologie de la franchise et ses annexes.

Préambule

1- La Fédération Française de la Franchise a créé une Commission de médiation pour faciliter le règlement amiable des litiges entre consommateur et franchisé et/ou franchiseur.

La franchise est un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologies basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes : le franchisé et le franchiseur.

Le franchisé est un entrepreneur indépendant qui commercialise des produits et/ou services et/ou technologies sous la dénomination commerciale du franchiseur.

Le franchiseur concède et autorise l'utilisation de sa marque, de son concept, de son savoir-faire par ses franchisés.

2- La médiation est un processus structuré de règlement amiable des litiges entre professionnel et consommateur qui sont libres de l'accepter ou de l'interrompre à tout moment.

Article 1 – Mission de la Commission MFC

La Médiation Franchise-Consommateurs (MFC) a pour mission, en cas de litige entre un consommateur d'une part, et un franchisé ou un franchiseur (adhérent ou non de la Fédération Française de la Franchise) d'autre part, d'aider les parties à trouver une solution amiable à leur différend.

La MFC ne peut s'immiscer dans la délimitation des prétentions des parties.

Article 2 – Composition de la Commission MFC

2-1 Commission MFC

La Commission MFC est paritaire et collégiale. Elle est composée de cinq (5) membres :

- Deux (2) représentants des professionnels de la franchise nommés par le Conseil d'administration de la Fédération Française de la Franchise, dont un (1) franchiseur et un (1) franchisé qui ne peuvent appartenir à un même secteur d'activité.

  Le Conseil d'administration nomme également deux (2) suppléants (un (1) franchisé et un (1) franchiseur) qui ne peuvent pas non plus appartenir au même secteur d'activité, ni à celui des titulaires.
- Deux (2) représentants des consommateurs nommés par le collège consommateur du Conseil National de la Consommation.
- Un (1) jurisconsulte, neutre et impartial, exerçant les fonctions de Président, nommé par le Conseil d'administration de la Fédération Française de la Franchise eu égard à son expertise reconnue en matière de relations consommateurs.

Le mandat de chacun des cinq (5) membres est d'une durée de trois (3) ans, renouvelable.

2-2 Secrétariat de la Commission MFC

La Commission MFC dispose également d'un secrétariat ayant pour mission d'instruire les dossiers qu'elle reçoit.

Article 3 – Compétence de la Commission MFC

La Commission MFC a compétence pour connaître des litiges relatifs à la conclusion, l'exécution, et l'interprétation des contrats, et plus généralement des litiges relatifs à l'application du droit de la consommation.

La Commission MFC n'a pas compétence pour apprécier la qualité, la valeur des produits ou services proposés. La Commission MFC n'a également pas compétence pour fixer le montant d'un préjudice éventuel.

Article 4 – Confidentialité de la procédure

La Commission MFC garantit la confidentialité des informations dont elle a connaissance, chacun de ses membres s'engageant notamment à ne pas divulguer les termes des débats, le nom des parties, les informations et les pièces obtenues lors de l'instruction du litige et les faits dont elle a eu connaissance dans le cadre de la médiation.

Les parties à la médiation sont tenues à la confidentialité, sauf si elles en conviennent autrement.

Article 5 – Saisine de la Commission

5-1 Recevabilité de la saisine

La Commission MFC est saisie, soit par le consommateur, soit par le franchisé et/ou le franchiseur du réseau concerné ou leurs représentants dûment habilités.

La Commission MFC ne peut être saisie qu'après épuisement du recours amiable du consommateur exercé sur le point de vente concerné pour le produit et/ou le service litigieux.

En cas d'échec du recours amiable, la réclamation devra être réitérée et formalisée au point de vente par lettre recommandée avec accusé de réception.

Après l'envoi de cette lettre et en cas d'absence de réponse ou de réponse négative du point de vente dans un délai d'un mois, le consommateur peut saisir la Commission MFC.

Si le point de vente dispose d'un médiateur, le consommateur reste libre de saisir, à son choix, ce médiateur ou la MFC.

La demande de médiation est déclarée irrecevable par la Commission MFC dès lors que le consommateur ou le franchisé exerce parallèlement une action en justice.

5-2 Modalités de la saisine

Cette saisine est gratuite et peut être réalisée par courrier postal ou électronique en remplissant obligatoirement le formulaire *« RECLAMATION »*.

Ce formulaire est disponible à l'adresse suivante :

Fédération Française de la Franchise
Médiation Franchise-Consommateurs
29 Boulevard de Courcelles
75008 Paris

Ou par téléchargement sur le site :

http://www.franchise-fff.com/base-documentaire/finish/191/951.html

5-3 Effets de la saisine

La Commission accuse réception de la demande de médiation et fait parvenir au consommateur le présent règlement de médiation.

A compter de la date de l'accusé réception de la demande de médiation recevable, la prescription de l'action en justice est suspendue, conformément à l'article 2238 du code civil.

Article 6 – Procédure

En cas d'absence de réponse de l'une des parties, dans un délai de deux (2) mois, aux différentes demandes de la Commission, celle-ci considérera que la médiation a pris fin.

Dans les huit (8) jours ouvrés de sa saisine, la Commission MFC informe la partie défenderesse de la demande de réclamation du consommateur et lui adresse également le présent règlement.

Afin d'assurer une gestion efficace des dossiers de médiation, les parties sont d'accord pour lever la confidentialité uniquement à l'égard du franchiseur qui, en tant que garant de l'image du réseau, sera informé des saisines concernant son enseigne.

La Commission peut demander la communication de documents complémentaires à ceux qui lui ont été communiqués. Le consommateur peut se faire représenter par un conseil.

En fonction de la technicité et de la complexité du dossier, la Commission peut solliciter un professionnel du secteur d'activité concerné pour avis, notamment en faisant appel à un ou des franchiseur(s) en tant qu'expert.

La Commission MFC rend un avis en droit et en équité dans un délai de deux (2) mois à compter de la réception de la demande de médiation recevable.

En cas de litige complexe, ce délai peut être prolongé pour une même durée à la demande du médiateur.

Les parties sont informées par écrit de l'avis de la Commission MFC qu'elles sont libres d'accepter ou de refuser, dans un délai d'un (1) mois, à compter de la date de réception de cet avis.

A défaut de réponse de l'une ou de l'autre des parties dans le délai imparti, la Commission MFC conclut à l'échec de la médiation sauf à ce que les parties informent la Commission MFC qu'elles ont exécuté directement la solution proposée.

Le cas échéant, les parties peuvent conclure un accord écrit valant engagement pour chacune d'elles de mettre en œuvre la solution proposée.

En cas d'échec de la médiation, la Commission MFC informe les parties que, conformément à l'article 2238 du code civil, le délai de prescription, suspendu durant la procédure de médiation, recommence à courir.

Article 7 – Tenue des réunions

La Commission MFC se réunit tous les deux (2) mois, plus fréquemment si le nombre de dossiers l'impose. Lors de ces réunions, la Fédération Française de la Franchise, en qualité de secrétariat général de la MFC, fait état des caractéristiques des dossiers examinés et présente l'intégralité des dossiers réglés depuis la dernière réunion ainsi que les dossiers en cours de traitement.

Article 8 – Rapport annuel

Chaque année, la MFC établit un rapport annuel qu'elle adresse au minimum aux associations de consommateurs, à la DGCCRF et à la presse consumériste. Ce rapport comporte les statistiques relatives aux dossiers traités, des exemples de médiations réalisées et éventuellement des recommandations.

Article 9 – Conservations des dossiers

Les dossiers sont conservés dix (10) ans par la Fédération Française de la Franchise, avant d'être détruits.

Article 10 – Modifications et règlement applicable

Le règlement de médiation de la MFC sera celui en vigueur au jour de la saisie de la MFC par l'une des parties.

Le règlement est validé par le Conseil d'administration de la Fédération Française de la Franchise qui peut le modifier après avoir sollicité, pour avis, les représentants de la Commission MFC.