

Règlement de la Médiation consommateurs

Mis à jour le 1^{er} Janvier 2024

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.

Il est établi en conformité avec les articles du titre V du livre Ier du code de la consommation (partie législative et réglementaire) résultant de la transposition par ordonnance n°2015-1033 du 20 août 2015 de la directive n°2013/11 du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

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 (et ses succursales). Le domaine de compétence de la Commission Médiation consommateurs est limité aux litiges entre consommateurs et professionnels adhérents à la Fédération Française de la Franchise (FFF).

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.

Le consommateur est une personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale.

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 Médiation consommateurs

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

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

Article 2 – Composition de la Commission Médiation consommateurs

2-1 Commission Médiation consommateurs et modalités de fonctionnement

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

- Un (1) juriste, 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.
- 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.

Un franchiseur ou un franchisé titulaire, dont l'enseigne est partie à une demande de médiation, ne peut siéger dans la Commission Médiation consommateurs et est automatiquement remplacé par son suppléant.

- Deux (2) représentants des consommateurs nommés par le collège consommateur du Conseil National de la Consommation.
- Tout membre en situation de conflit d'intérêts doit le signaler. Ce membre ne peut alors siéger au sein de la Commission Médiation consommateurs à moins que les parties n'en conviennent autrement.

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

2-2 Président de la Commission Médiation consommateurs

Le Président s'engage notamment s'il se trouve en situation de conflit d'intérêts, à le signaler à la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation et à se dessaisir et à dessaisir la Commission Médiation consommateurs du dossier en cause, sauf si les parties ne s'opposent pas à la poursuite de sa mission.

2-3 Secrétariat de la Commission Médiation consommateurs

La Commission Médiation consommateurs dispose également d'un secrétariat ayant pour mission de procéder à la réception des demandes de réclamation des consommateurs et au traitement administratif des dossiers qu'il transmet par voie électronique aux membres de la Commission Médiation consommateurs, pour recueillir leur avis et propositions de modification, et éventuellement, en cas de dossier dont la complexité apparaît au cours de la procédure, réunir la Commission Médiation consommateurs à la demande du Président.

La Commission Médiation a la faculté de déléguer au secrétariat la signature de courriers, à l'exception de ceux qui ne peuvent relever que de l'appréciation de la Commission, concernant notamment l'irrecevabilité des saisines et les solutions proposées pour régler le litige.

Article 3 – Compétence de la Commission Médiation consommateurs

La Commission Médiation consommateurs a compétence pour connaître des litiges nationaux et transfrontières relatifs à la conclusion, l'exécution, et l'interprétation des contrats, et plus généralement des litiges nationaux et transfrontières relatifs à l'application du droit de la consommation et ce, qu'il s'agisse de contrats conclus en point de vente, à distance, sur internet ou tout autre support.

La Commission Médiation consommateurs est compétente pour les litiges provenant d'enseignes qui se développent uniquement *via* un réseau de franchise.

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

La médiation a lieu en langue française.

Le consommateur peut prendre connaissance de l'ensemble des médiateurs notifiés à la Commission européenne en cliquant sur le lien suivant :

<https://webgate.ec.europa.eu/odr/main/?event=main.home.show&lng=FR>

Article 4 – Saisine de la Commission Médiation consommateurs

4-1 Recevabilité de la saisine

La Commission Médiation consommateurs peut être saisie uniquement par le consommateur, conformément à l'article L611-3 du Code de la Consommation.

La saisine est recevable à la condition que le consommateur ait préalablement saisi d'une réclamation le point de vente ou son service clientèle ou consommateurs, s'il existe, sans obtenir de résultat satisfaisant dans les vingt-et-un (21) jours suivant cette saisine.

La saisine de la Commission Médiation consommateurs est également recevable si la réclamation adressée au point de vente ou au service clientèle ou consommateurs est restée sans réponse pendant vingt-et-un (21) jours.

En cas d'échec du recours amiable, le consommateur doit rapporter la preuve de sa demande préalable de réclamation pour pouvoir saisir la Commission Médiation consommateurs

La demande de médiation est déclarée irrecevable par la Commission Médiation consommateurs dès lors que :

- la demande de médiation n'entre pas dans son champ de compétence conformément à l'article 3 du présent règlement ;
- le consommateur ou le franchisé exerce parallèlement une action en justice ou saisit un autre médiateur ;
- le litige a déjà été examiné par un autre médiateur ou par une juridiction ;
- la demande de médiation est infondée ou abusive ;
- la demande de médiation a été introduite auprès de la Commission Médiation consommateurs dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel.

4-2 Modalités de la saisine

a. Le consommateur peut saisir gratuitement la commission de médiation par courrier postal en présentant sa demande :

- sur papier libre, adressé à : *Médiation Franchise-Consommateurs*, 29 boulevard de Courcelles, 75008 Paris
- sur le formulaire « RECLAMATION » que vous pouvez obtenir en écrivant à l'adresse suivante : *Médiation Franchise-Consommateurs*, 29 boulevard de Courcelles, 75008 Paris, ou en adressant votre demande par email à l'adresse suivante : mediation-franchise-consommateurs@franchise-fff.com (adresse indiquée sur le site internet de la Commission et sur les documents d'informations)

b. Le consommateur peut également saisir gratuitement la commission de médiation en présentant sa demande par internet :

- directement en ligne à l'adresse suivante : <https://www.mediation-franchise.com/>
- par courrier électronique en téléchargeant le formulaire « RECLAMATION » disponible sur le site internet de la commission.

Pour les litiges transfrontières au sein de l'Union Européenne, vous pouvez consulter le site internet du Centre européen des consommateurs France en cliquant sur le lien suivant : <http://www.europe-consommateurs.eu/fr/accueil/>

L'accès au service de médiation est payant pour le professionnel à compter de l'entrée en vigueur du règlement et selon les modalités prévues par contrat-cadre.

4-3 Effets de la saisine

La Commission Médiation consommateurs accuse réception de la demande de médiation du consommateur qui, lorsqu'elle est recevable, est transmise au professionnel avec un exemplaire du présent règlement de médiation dans un délai de vingt et un (21) jours suivant la réception de la demande.

En cas d'irrecevabilité de la demande de médiation ou d'incompétence de la commission de médiation pour traiter le litige, le consommateur est informé par courrier électronique ou courrier postal du rejet de sa demande dans un délai de vingt et un jours (21) à compter de la réception de son dossier.

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 5 – Procédure

La Commission Médiation consommateurs peut demander la communication de documents complémentaires à ceux qui lui ont été communiqués.

Le consommateur et le professionnel peuvent se faire représenter par un conseil ou se faire assister par toute personne de leur choix à tous les stades de la médiation. Chacune des parties a la possibilité de solliciter l'avis d'un expert dont les frais sont à sa charge.

Les frais relatifs à la représentation ou à l'assistance sont à la charge des parties.

En cas de demande d'expertise conjointe, les frais sont partagés à parts égales entre les parties. En fonction de la technicité et de la complexité du dossier, les membres de la Commission Médiation consommateurs peuvent apporter leur expertise technique.

La Commission Médiation consommateurs rend un avis en droit et en équité dans un délai de deux (2) mois à compter de la date à laquelle la saisine a été déclarée 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 Médiation consommateurs qu'elles sont libres d'accepter ou de refuser, dans un délai, de deux (2) semaines à compter de la date de réception de cet avis. Les parties sont également informées de la possibilité pour elles de recourir éventuellement au juge et que la décision judiciaire peut être différente de celle de l'avis rendu.

La Commission Médiation consommateurs conclut à l'échec de la médiation :

- A défaut de réponse du professionnel à la notification de la saisine du médiateur, dans le délai imparti, le silence valant refus de la médiation ;
- En cas de refus exprès du professionnel à la notification de la saisine du médiateur ;
- A défaut de réponse de l'une ou de l'autre des parties à la proposition de solution du médiateur dans le délai imparti, le silence valant échec de la médiation, sauf à ce que les parties l'informent qu'elles ont exécuté directement la solution proposée ;

L'acceptation de l'avis engage les parties.

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 Médiation consommateurs 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 6 – Confidentialité de la procédure

La Commission Médiation consommateurs 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.

La médiation est couverte par la confidentialité, ce qui implique que les échanges entre les parties (conversations téléphoniques, courriers, courriels, échanges sur la plateforme en ligne, documents transmis) ne peuvent pas être divulgués aux tiers ni invoqués dans le cadre d'une instance judiciaire sans l'accord des parties, sauf en présence de raisons impérieuses d'ordre public ou lorsque la divulgation de l'accord issu de la médiation est nécessaire pour sa mise en œuvre ou son exécution.

La Commission Médiation consommateurs rappelle que sa proposition faite aux parties pour régler leur litige est soumise à la confidentialité de la médiation au même titre que les correspondances échangées entre les parties et la Commission.

En revanche, les décisions qui sont un préalable à la conduite des médiations telles que les refus d'entrer en médiation ou le retrait de l'une ou l'autre des parties en cours de médiation ne sont pas soumises à la confidentialité de la médiation.

La médiation est en principe confidentielle mais afin de tenir compte de la spécificité du réseau de franchise et d'assurer une gestion efficace des dossiers de médiation, les parties conviennent de lever la confidentialité à l'égard du franchiseur qui, en tant que garant de l'image du réseau, sera informé des saisines concernant son enseigne.

La Commission Médiation consommateurs ainsi que ses membres ne pourront en aucun cas être appelés à témoigner sur le déroulement de la mission de médiation dans toute procédure judiciaire ou disciplinaire.

La Commission Médiation consommateurs peut, avec l'accord du professionnel concerné et du consommateur, entendre des tiers au litige sous la même règle de confidentialité.

Article 7 – Tenue des réunions

La Commission Médiation consommateurs se réunit à l'initiative du Président en fonction de la charge des dossiers. Lors de ces réunions, le secrétariat, 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 Commission Médiation consommateurs établit un rapport annuel qu'elle adresse au minimum aux associations de consommateurs, à la DGCCRF ainsi qu'à la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation. Ce rapport comporte notamment les statistiques relatives aux dossiers traités, des exemples de médiations réalisées et éventuellement des recommandations.

Article 9 – Conservations des dossiers

Les dossiers et les données personnelles qu'ils contiennent sont conservés deux (2) ans à compter de la fin de la procédure de médiation par le secrétariat de la Commission, avant d'être détruits.

Article 10 – Modifications et règlement applicable

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

Le règlement est validé par le Conseil d'administration de la Fédération Française de la Franchise.

Article 11 – Les données personnelles

La collecte et le traitement des données personnelles sont effectués sur le site internet de la Commission Médiation consommateurs, sur sa boîte électronique et manuellement lorsque le dossier est transmis par voie postale et sont destinés à rassembler les données nécessaires à l'exécution de sa mission de médiation.

Une donnée à caractère personnel désigne toute information concernant une personne physique identifiée ou identifiable (le consommateur ou le professionnel).

Est réputée identifiable une personne qui peut être identifiée, directement ou indirectement,

notamment par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments spécifiques, propres à son identité physique, physiologique, psychique, économique, culturelle ou sociale.

Les données personnelles collectées sont adéquates, pertinentes et non excessives au regard des finalités de leur collecte et de leurs traitements ultérieurs.

Les données collectées et utilisées pour le traitement amiable du litige et la proposition de médiation sont :

- Identifiants tels que le numéro client
- Coordonnées personnelles (adresse, téléphone fixe et téléphone portable personnel, e-mail personnel) ou professionnelles (téléphone professionnel, e-mail professionnel)
- Données de facturation
- Informations relatives au contrat
- Echanges de courriers et e-mails entre les parties
- Toutes autres données permettant d'instruire le dossier en médiation

La fourniture des informations relatives au nom, prénom, coordonnées postales, téléphoniques et/ou e-mail, à l'objet du litige, aux courriers et factures, est obligatoire pour la réalisation de la médiation. Sans la fourniture de ces informations, le processus de médiation ne pourra pas débuter ou sera ultérieurement interrompu et arrêté.

Tout autre donnée sur une origine ethnique, des opinions politiques, convictions religieuses ou philosophiques ou une appartenance syndicale, les données génétiques, biométriques, ou concernant la santé ou l'orientation sexuelle, ainsi que les données relatives à des infractions, condamnations, mesures de sûreté, ne pourront être utilisées pour l'instruction du dossier.

Un traitement ultérieur des données à des fins statistiques ou à des fins de recherche scientifique ou historique est possible, mais ne peut pas être utilisé pour prendre des décisions à l'égard des personnes concernées.

Les données personnelles ne sont en aucun cas traitées et/ou transmises à des personnes physiques ou des personnes morales externes à la Commission Médiation consommateurs de la FFF.

Le responsable du traitement des données à caractère personnel est la Commission Médiation consommateurs qui en détermine les finalités et ses moyens.

L'adresse de la Commission Médiation consommateurs, qui traite les saisines de médiation des consommateurs, est la suivante : 29 boulevard de Courcelles 75008 Paris.

La collecte et le traitement des données d'une personne impliquent un consentement clair qui peut être retiré à tout moment, en écrivant à la Commission de médiation Franchise Consommateurs à l'adresse suivante : 29 boulevard de Courcelles 75008 Paris.

Le retrait du consentement pendant la procédure de médiation entraîne son arrêt.

Le consommateur et le professionnel dont les données personnelles sont collectées ont le droit, conformément à la réglementation applicable, de demander l'accès, la rectification ou l'effacement de ses données.

Ils disposent également d'un droit d'opposition, de limitation et de portabilité de leurs données. Ils peuvent exercer l'ensemble de ces droits en s'adressant à la Commission Médiation consommateurs.



in    www.mediation-franchise.com

Fédération Française de la Franchise – 29 boulevard de Courcelles – 75008 Paris – contact : mediation-franchise-consommateurs@franchise-fff.com