

MÉDIATION CONSOMMATEURS

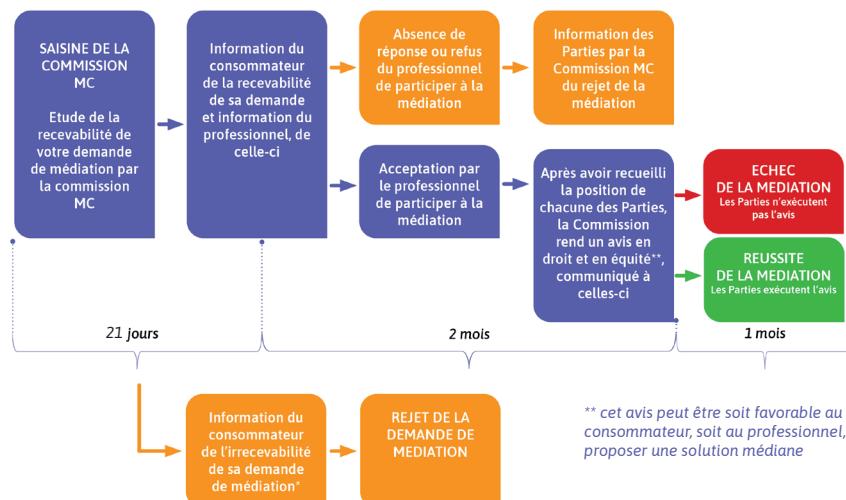
PRÉSENTATION ET CARACTÉRISTIQUES DE LA COMMISSION MÉDIATION CONSOMMATEURS

Depuis le 1er janvier 2016, tout professionnel doit offrir aux consommateurs la possibilité de saisir un médiateur de la consommation qui a pour mission de traiter les litiges par voie amiable.

Les enseignes adhérentes à la Fédération Française de la Franchise (FFF) peuvent désigner la Commission Médiation consommateurs comme médiateur de la consommation.

PRÉSENTATION DE LA PROCÉDURE

- Elle est régie par le **Règlement Médiation consommateurs** en parfaite cohérence avec le Code de la consommation et les avis de la Commission d'Evaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC).
- La saisine de la Commission Médiation consommateurs est **gratuite pour le consommateur**.
- La procédure de médiation est **confidentielle**, sauf si les parties en conviennent autrement.
- La Commission Médiation consommateurs s'efforce de traiter les dossiers qui lui sont soumis dans un **délai de 2 mois** par principe (délai conventionnel issu du Règlement Médiation consommateurs).
- Dans l'hypothèse où le désaccord entre les parties serait persistant, la **Commission Médiation consommateurs rend un avis en droit et en équité**. L'avis rendu n'a **pas force contraignante** et les parties restent libres d'accepter, de refuser cet avis ou encore, en dernier recours, de saisir la justice.



MÉDIATION CONSOMMATEURS

UNE INSTANCE INDÉPENDANTE, IMPARTIALE, PARITAIRE ET SECTORIELLE

La composition de la Commission Médiation consommateurs garantit et atteste du caractère **indépendant, impartial et paritaire** de la Médiation consommateurs.

Elle est composée de deux représentants des consommateurs (désignés par le Conseil national de la consommation), de deux représentants des professionnels de la franchise (un franchiseur et un franchisé), et d'un président jurisconsulte.

LES AVANTAGES DE LA MÉDIATION

COMMERCIALEMENT

- Améliorer votre relation-client.
- Fidéliser votre client à l'enseigne.
- Eviter de perdre un client et par effet collatéral, de perdre des prospects.
- Protéger l'image de marque et la notoriété de votre enseigne.

FINANCIÈREMENT

- Améliorer la gestion et l'efficacité du traitement de vos litiges.
- Traiter rapidement un conflit hors des tribunaux en présence d'un médiateur collégial au fait des enjeux de la franchise.

JURIDIQUEMENT

- Être en conformité avec la législation en vigueur.
- Profiter de la souplesse du process qui permet aux parties de se retirer à tout instant.
- Profiter d'un processus encadré par le Code de la consommation pour avancer en toute confidentialité.

Pour de plus d'informations

Téléchargez notre livre blanc
«Médiation consommateurs»



mediation-franchise-consommateurs@franchise-fff.com