

# RAPPORT ACTIVITÉ

## ANNÉE 2020

### Éléments d'histoire :

1. L'année 2020 constitue la première année complète du fonctionnement de la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION sous la forme juridique d'une SAS. Nous remarquerons que l'évolution du statut d'association en société par actions simplifiée s'est faite sans heurts et sans difficulté majeure.
2. L'équipe des médiateurs est restée identique. Ce qui a été assurément un facteur de sérénité pour conduire l'évolution de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION.
3. Tous les médiateurs de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION sont membres de l'association CNPM (Chambre Nationale des Praticiens de la Médiation). Ce qui ancre chacun dans une pratique de médiation correspondant à son domaine de compétence. Préserver ce lien étroit ne doit pas être considéré comme un frein pour respecter les spécificités de la médiation de la consommation mais comme la préservation d'une culture partagée en matière de médiation.
4. Dès le début de l'activité de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, l'option prise a consisté à vouloir s'inscrire dans le contexte comme une entité généraliste. La diversité des parcours professionnels ou personnels des médiateurs agréés par la CECMC ouvrait largement à cette possibilité.

## Les points marquants de l'année 2020

1. Lorsqu'on est interrogé sur la fiabilité éventuelle de l'entité CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, un des critères que l'on peut mettre en avant, c'est la totale absence de litige : aucun avec les médiateurs – aucun avec les consommateurs qui ont fait appel aux services des médiateurs – aucun avec les professionnels qui ont choisi CNPM MÉDIATION CONSOMMATION comme médiateur – aucun avec aucune des administrations. Ce qui constitue un premier point, que l'on sait insuffisant, pour assurer la pérennité de la structure mais relativement rassurant pour envisager les perspectives d'avenir.
2. La progression des adhésions : Il faut se rappeler que CNPM MÉDIATION CONSOMMATION s'est constituée par le travail de quatre médiateurs bénévoles soucieux de répondre à une demande venant des pouvoirs publics pour que l'association prenne une petite place dans cette demande. Le cadre fixé par le législateur en matière de consommation ne correspondait pas strictement aux critères habituels de la CNPM en matière de médiation. Ceci pour souligner le caractère bénévole de ceux qui ont mis en place les moyens pour respecter ce qui était attendu et exigé par la CECMC. L'apprentissage s'est déroulé en faisant et en s'adaptant au fur et à mesure à ce qui se découvrait. En fin 2020, l'activité s'étend avec des professionnels issus d'un grand nombre de secteurs. La pandémie ne semble pas avoir minoré la demande d'adhésions qui est parvenue.
3. La progression des demandes de médiations : elle est tout à fait réelle. Les données chiffrées l'attestent. Comme l'année précédente, un grand nombre ne concerne pas les professionnels ayant adhéré à CNPM MÉDIATION CONSOMMATION. Aussi souvent que possible, nous prenons le temps de rechercher les bonnes coordonnées pour en informer le consommateur qui n'a pas pris le temps de les vérifier. Il est indiscutablement perceptible que la possibilité pour un consommateur d'avoir recours à la médiation progresse. Professionnels et consommateurs poursuivent leur apprentissage dans l'utilisation de cette potentialité. La gestion de ces flux, outre les demandes enregistrées par la plateforme, reçus par courriels voire courrier requiert une grande disponibilité. Ce qui par moment constitue un frein pour le travail à effectuer.

4. La formation est à aborder par une double entrée : la formation continue des médiateurs agréés par la CECMC – la formation de médiateurs en droit de la consommation précédant leur demande d'agrément. Cela encore pour un double souci : approfondir les connaissances pour les plus anciens et compléter l'équipe existante pour faire face à l'accroissement de la demande d'adhésions à la plateforme de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION venant de professionnels et le renouvellement de l'équipe existante. CNPM MÉDIATION CONSOMMATION reste conscient des limites qui s'imposent pour respecter le cadre prévu par le législateur et pour s'assurer des moyens humains d'abord, matériels ensuite, qui sont nécessaires à l'activité pour que celle-ci se déroule dans de bonnes conditions. De ce point de vue l'année 2021 sera riche de ces évolutions. A noter pour revenir à la question des formations que ces dernières ont représenté six journées d'octobre 2019 à novembre 2020. Elles ont toutes été animées par d'éminents universitaires spécialistes du droit de la consommation. Toutes ont été ouvertes gratuitement aux médiateurs agissant pour le compte de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION, et aux médiateurs souhaitant intégrer prochainement l'équipe constituée.
5. CNPM MÉDIATION CONSOMMATION vaut beaucoup par ses médiateurs. Leur situation n'est pas simple. Ils sont tous travailleurs indépendants et ils agissent pour le compte de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION. De ce fait, ils s'engagent à mettre en œuvre les médiations de la consommation qui leur sont confiées, dans le respect des procédures mises en place. Ce qui exige des uns et des autres, dans la constance, une attitude saine et transparente. Tout le monde au sein de l'entité CNPM MÉDIATION CONSOMMATION considère que la médiation de la consommation est un droit reconnu à tout consommateur qui n'est pas parvenu à réduire directement son litige avec un professionnel qu'il met en cause. Pour que cette affirmation devienne réalité, on peut faire état d'une triple exigence : un coût d'adhésion des professionnels modéré et adapté aux possibilités financières des professionnels, une procédure d'adhésion des professionnels très simple se voulant sans dépense de temps excessive et, enfin, un coût des médiations qui incite à en accepter aisément le principe. Soulignons une nouvelle fois la dimension parfois désintéressée des médiateurs pour que ce droit reconnu aux consommateurs soit effectif qui, parfois, formulent des demandes pour des montants fort modestes, mais néanmoins importants pour la vie économiquement

difficile des personnes concernées. Il serait anormal, à nos yeux, de se contenter de ce constat. C'est pourquoi, CNPM MÉDIATION CONSOMMATION est en recherche de stratégie dans l'optique de faire évoluer positivement les possibilités de rémunération des médiateurs sans avoir à renoncer à rendre ce service pour ces demandes modestes.

6. Comme souvent, la richesse d'une structure en fait également sa fragilité. En effet, CNPM MÉDIATION CONSOMMATION signe des conventions avec des professionnels parce que dans l'équipe des médiateurs certains ont la compétence technique nécessaire. Se crée alors possiblement une forme de lien de dépendance qui peut s'avérer plus ou moins préjudiciable. Difficulté contournée par le fait que pour chaque professionnel avec qui est signée une convention, CNPM MÉDIATION CONSOMMATION désigne au moins trois médiateurs dont un est avocat – ancien avocat ou juriste de formation.

**En conclusion** : Cette année 2020 a été une année d'approfondissement et d'adaptation. Il faut rester conscient que progressivement on est passé d'une organisation associative à quelque chose de plus inscrit dans le contexte qui a évolué et qui pousse à une activité plus aboutie. Pour autant, CNPM MÉDIATION CONSOMMATION reste porteuse de son histoire et de ce qui a fait valeur dans sa matrice originelle. Si CNPM MÉDIATION CONSOMMATION est aujourd'hui la fille émancipée de la CHAMBRE NATIONALE DES PRATICIENS DE LA MÉDIATION, sa volonté est de demeurer fidèle à son origine tout en étant adapté au mieux à ce qui constitue l'environnement réglementaire dans lequel son activité s'inscrit. Les perspectives pour l'année 2021, s'inscrivent dans un contexte similaire avec des résultats comptables qui sont appelés à confirmer les acquis de 2020.

