



La proposition de solution : une spécificité de la médiation de la consommation

La médiation sous toutes ses formes, repose sur la volonté des parties : liberté d'y entrer, d'y participer et de construire elles-mêmes l'issue du litige. Or, c'est précisément dans cette dernière dimension que la médiation de la consommation s'écarte du modèle « traditionnel », en conférant au médiateur de la consommation un rôle singulier qui dépasse la facilitation des échanges. Cet article explorera la notion de la proposition de solution, avant d'examiner la spécificité qu'elle confère à la médiation de la consommation et la manière dont elle la distingue des autres formes de médiation.

La proposition de solution est une obligation du médiateur de la consommation : il se doit de proposer une issue au litige lorsque les parties ne parviennent pas à un accord. Il lui revient alors de proposer une solution motivée, conformément au dernier alinéa de l'article R.612-3 du Code de la consommation. Dans certains cas, cette proposition peut consister à expliquer pourquoi la demande du consommateur ne peut être accueillie¹. L'essentiel est que le médiateur justifie sa proposition de solution au regard des éléments du dossier. Cette obligation est impérative, un médiateur ne pouvant clore un dossier au seul motif que le consommateur est resté silencieux face à une proposition émise par le professionnel².

La proposition de solution trouve son fondement dans les dispositions du Code de la consommation, qui encadre à la fois l'existence de l'obligation dans son article R. 612-3, mais également la manière dont elle est motivée, notifiée et reçue par les parties, dans son article R. 612-4. La proposition adressée aux parties doit ainsi comporter une motivation reposant sur des éléments de fait, de droit et d'équité³, garantissant une solution ni subjective ni insuffisamment justifiée.

Les effets de la proposition de solution se déclinent autour de trois situations. Le **silence**, tout d'abord, ne peut jamais être interprété librement par le médiateur, lequel doit préciser dès l'ouverture du processus s'il vaudra acceptation ou refus de la proposition de solution et dans quel délai cette interprétation prendra effet (art. R. 612-4 du Code de la consommation)⁴. Le **refus de la proposition de solution**, ensuite, entraîne immédiatement la clôture de la médiation⁵. Enfin, en cas **d'acceptation de la proposition de solution**, la médiation prend également fin, mais le médiateur ne peut ni rédiger ni faire signer un protocole transactionnel.

¹ Recueil des fiches de la jurisprudence de la CECMC, « B07-1 Caractère obligatoire de la proposition de solution du médiateur de la consommation, à défaut d'accord entre les parties », p. 32

² Recueil des fiches de la jurisprudence de la CECMC, « B07-1 Caractère obligatoire de la proposition de solution du médiateur de la consommation, à défaut d'accord entre les parties », p. 33

³ Recueil des fiches de la jurisprudence de la CECMC, « B07-2 Contenu de la proposition de solution du médiateur de la consommation », p. 33

⁴ Recueil des fiches de la jurisprudence de la CECMC, « B07-4 Conséquences du silence de l'une des parties à la proposition de solution du médiateur de la consommation », pp. 33-34

⁵ Recueil des fiches de la jurisprudence de la CECMC, « B07-5 Conséquences du rejet de la proposition de solution du médiateur de la consommation », p. 34

Après avoir défini les contours de la proposition de solution et les obligations qu'elle fait peser sur le médiateur de la consommation, il convient désormais d'examiner la spécificité qu'elle confère à la médiation de la consommation en la distinguant des autres formes de médiation. En effet, la possibilité pour le médiateur de la consommation de formuler une proposition de solution est une véritable spécificité du dispositif de médiation de la consommation. Dans le cadre d'autres types de médiations, comme la médiation inter-entreprises, cette obligation n'existe pas. Au contraire, dans les autres types de médiations, une telle initiative ne fait pas partie du champ d'intervention du médiateur, au titre de son obligation de neutralité. Son rôle consiste à aider les parties à trouver elles-mêmes une solution. Il est un facilitateur, qui ne donne pas son avis sur le litige.

Cependant, il est important de souligner que le médiateur de la consommation, comme tout médiateur, accomplit sa mission en toute indépendance et impartialité et ce dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable (article L613-1 Code de la consommation). Ces principes s'appliquent donc tout au long du processus.

La proposition de solution caractérise la médiation de la consommation et contribue à la singulariser. Certains auteurs pourraient toutefois considérer que ce mécanisme se rapproche davantage de la conciliation. Néanmoins, le conciliateur est souvent considéré comme ayant un rôle plus directif que celui du médiateur. La proposition de solution constitue, en tout état de cause, une aide précieuse pour le consommateur et l'entreprise, parties à la médiation, et a démontré son utilité. De plus, cette obligation de formuler une proposition de solution contribue à rendre le processus plus accessible pour le consommateur, qui peut avoir besoin de cette proposition pour évaluer l'issue possible du litige.



Emelie Lernäs

Juriste – Responsable du Pôle Médiation
de la consommation
CMAP

En corédaction avec :

Victoria-Anastasia Veniou
Stagiaire – Juriste
CMAP

Centre de Médiation et d'Arbitrage

39 avenue Franklin Delano Roosevelt

75008 Paris

cmap@cmap.fr

www.cmap.fr

⁶ Recueil des fiches de la jurisprudence de la CECMC, « B07-6 Protocole transactionnel après acceptation de la proposition de solution du médiateur de la consommation », p. 34