

# Charte de la médiation du e-commerce de la FEVAD

(mise à jour en octobre 2017)

## Préambule

Aujourd'hui près de trois français sur quatre achètent sur internet, au-delà des transactions à distance habituelles, *via* un ordinateur, une connexion en magasin, un mobile, un dispositif nomade (tablette, etc.) ou encore un écran de télévision connecté.

Le développement des achats sur internet et son nouveau contexte concurrentiel justifient le renforcement de la confiance. Cela s'inscrit ainsi dans la poursuite de la volonté de la FEVAD, créée en 1957, qui est d'élaborer et d'assurer les meilleures conditions éthiques d'exercice de la Profession, gage de satisfaction pour la clientèle.

En 2012, pour compléter et moderniser son service de traitement, déjà existant, des litiges entre un consommateur et une société adhérente, la Fédération a ainsi décidé d'ajouter à la pratique professionnelle et à son Code de déontologie un dispositif de médiation du e-commerce.

Au-delà des commandes générées via Internet, il a également été décidé d'appliquer le dispositif de médiation du e-commerce à l'ensemble des transactions réalisées à distance, quel que soit le média de transaction utilisé (téléphone, catalogue, document écrit, annonce presse, etc.).

Cette médiation est à la disposition des clients et des entreprises. Elle a vocation, après que les relations des consommateurs avec les services client des entreprises - dont il souhaite renforcer l'efficacité - auront été à leur terme, à rechercher une solution amiable aux conflits résiduels, comme alternative aux éventuels recours judiciaires longs et parfois coûteux.

Depuis 2015, la médiation du Médiateur du e-commerce de la FEVAD a évolué et s'appuie désormais sur l'ensemble des dispositions nationales législatives et réglementaires telles qu'issues de l'Ordonnance du 20 août 2015 et du décret d'application du 30 octobre 2015, transposant la directive européenne du 21 mai 2013. Elle respecte, par ailleurs, le règlement européen du 21 mai 2013 directement applicables en France depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016. En outre, sont pris en compte les règles déontologiques actuelles de la Profession.

Sans seuil et d'accès gratuit pour les clients consommateurs, le Médiateur du e-commerce de la FEVAD se place dans le droit fil de l'écoute et du nouveau dialogue interactif avec eux, dans l'esprit et la lettre des recommandations des Pouvoirs Publics français et européens.

Cette médiation, innovante pour le secteur, est compétente pour les litiges de consommation impliquant les commerçants adhérents de la FEVAD qui vendent à distance aux consommateurs. Elle pourra s'appliquer également à toute entreprise membre qui, ayant fait préalablement la demande,

souhaiterait proposer également cette médiation aux consommateurs qui rencontrent un litige de consommateur à la suite d'un achat dans un de leurs magasins physiques.

Les consommateurs et les entreprises, souhaitant recourir au Médiateur du e-commerce de la FEVAD et s'engageant dans un processus de règlement amiable des différends, sont tenus de respecter un certain nombre de règles pour le bon déroulement de la médiation. Ces règles à respecter sont, notamment, issues de la Loi et de la déontologie du secteur de la vente à distance

De son côté, le Médiateur du e-commerce de la FEVAD a mis en place une information adéquate sur le site <http://www.mediateurfevad.fr> afin d'informer les consommateurs et les entreprises de la réglementation en vigueur et des différentes étapes à accomplir lorsqu'ils sont confrontés à un litige.

### Le Médiateur du e-commerce de la FEVAD

La saisine du Médiateur se fait en langue française, ainsi que le processus de médiation.

Lorsqu'un litige est recevable en médiation au regard des critères établis par la Loi, le dossier est pris en charge. Personnalité reconnue dans le monde du e-commerce et de la vente à distance, le Médiateur est compétent, expérimenté, impartial, indépendant de la FEVAD et intervient en équité, respectant ainsi les critères inhérents à tout Médiateur.

Ainsi, le Médiateur du e-commerce, qui n'est ni juge, ni arbitre, mais a vocation à rechercher et à proposer aux parties concernées, une solution personnalisée qui pourrait les satisfaire. La solution proposée peut être différente d'une décision judiciaire.

Il respecte la confidentialité des échanges et des solutions proposées. Il est le garant du bon déroulé de la médiation qui doit s'effectuer dans le respect mutuel des parties en présence.

Il s'engage, à rechercher un accord entre les parties dans un délai de 90 jours à réception d'une saisine complète et recevable.

### Les principes de base

La médiation du e-commerce :

- s'appuie sur le corpus législatif, réglementaire et déontologique du secteur en vigueur ; elle respecte ainsi les dispositions du Code de la consommation en matière de médiation de la consommation ;
- ne peut intervenir qu'après la fin du processus de traitement du litige auprès de l'entreprise concernée ;
- s'exerce exclusivement dans le champ d'exercice décrit ci-dessous.

Processus volontaire, accepté par les Parties, la médiation suspend, en cas de la saisine par un client, durant l'intervention du Médiateur, la prescription des recours judiciaires.

Elle peut être interrompue à tout moment, de la propre volonté des Parties.

Les Parties s'engagent à respecter la stricte confidentialité des échanges et de la solution proposée. Ceux-ci sont donc inopposables en justice.

### Le champ d'exercice

Ne peuvent être pris en charge que les litiges entrant dans le champ d'exercice détaillé ci-dessous.

Ainsi, lorsqu'un consommateur rencontre un problème avec une entreprise de vente à distance, adhérente de la FEVAD, que ses démarches préalables auprès de l'entreprise n'ont pu aboutir, il a la possibilité, quel que soit le montant du litige, de saisir gratuitement le Médiateur du e-commerce. Il lui est accusé réception de sa demande de médiation.

Le cas soumis à la médiation sera ensuite examiné afin de déterminer de sa recevabilité.

Pour être recevable en médiation, le litige doit concerner :

- la vente entre un vendeur adhérent de la FEVAD et un consommateur, agissant à des fins personnelles, tel que défini par le code de la consommation ;
- les contrats (commandes) formés à distance, tels que définis par le code de la consommation ;
- la conformité à l'offre : produit, prix, promotion, ... ;
- la conformité à la promesse : débit, livraison, retour, remboursement, ... ;
- le respect des garanties ;
- les commandes livrées en France.

et peut renvoyer, selon les accords en vigueur, vers les médiations spécialisées dans certains produits/services (Télécommunications, Voyages, Crédit, Assurances...) ou vers les systèmes de médiation reconnus par l'Union européenne.

Un accord est actuellement en vigueur avec le Médiateur des Voyages et du Tourisme.

Le Médiateur du e-commerce de la FEVAD n'intervient pas sur des dossiers en cours ou sur lesquels ont déjà statué, pour des points identiques, d'autres médiateurs de secteurs connexes. Il en est de même si le litige fait l'objet d'une procédure judiciaire en cours ou a déjà donné lieu à une décision judiciaire.

Le Médiateur du e-commerce de la FEVAD ne prend pas en charge les litiges de masse, c'est-à-dire lorsqu'un même fait générateur a entraîné un seul et même problème auprès de consommateurs qui se sont réunis afin de défendre leurs droits collectivement. Une demande de médiation est traitée de manière unique et ne peut faire l'objet de contingence commune entre les consommateurs, ayant subi le même préjudice.

Le Médiateur du e-commerce de la FEVAD peut décider de mettre fin au processus de médiation lorsque des faits concordants démontrent que la confidentialité des échanges n'a pas été respectée, et en particulier, lorsque les Parties se sont exprimés dans des forums de discussion, sur les réseaux sociaux, etc.

Enfin, les cas pour lesquels la demande de médiation est manifestement infondée ou abusive ne sont pas recevables.

### Les engagements des clients

Une fois, le dossier pris en charge, le Médiateur du e-commerce de la FEVAD va se rapprocher des deux Parties.

Lors du processus de médiation, le client s'engage à respecter formellement les règles suivantes :

1. Contrat de vente (commande) effectivement conclu.

Le client doit avoir passé et payé une commande auprès du vendeur à distance et rencontré ensuite un litige par rapport à cette commande.

2. Démarches préalables auprès de l'entreprise.

Le consommateur doit justifier, par tout document utile, avoir essayé de trouver une solution directement avec l'entreprise avant de pouvoir saisir le Médiateur du e-commerce. Il ne peut pas le saisir dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès de l'entreprise.

3. Bonne foi et respect mutuel

Le client qui saisit le Médiateur du e-commerce s'inscrit dans une demande de médiation fondée et non abusive. Il est respectueux, tout au long du processus de médiation, vis-à-vis du Médiateur et de son équipe. Il ne doit pas tenir des propos diffamants ou injurieux qui vont à l'encontre du principe de médiation reposant sur la bonne volonté des parties et qui entraîneraient alors la fin de la médiation.

4. Information des solutions proposées et/ou mises en œuvre par l'entreprise.

Pour permettre au Médiateur du e-commerce de la FEVAD de se faire une idée complète du cas qui lui est soumis, le client lui transfère tout document utile à la bonne compréhension du litige. Il informe notamment le Médiateur des propositions ou des solutions mises en œuvre par l'entreprise.

5. Saisine une seule fois pour un même dossier.

Le client ne peut saisir qu'une seule fois le Médiateur sur un même litige. Le Médiateur se réserve le droit de refuser la saisine si un autre médiateur a déjà statué sur un même dossier.

6. Confidentialité pendant et après la médiation.

Le client s'engage à ne pas divulguer les informations liées à la résolution de son cas en médiation pendant et après le processus.

7. Pas d'action judiciaire pendant la médiation.

La médiation est un processus extrajudiciaire de règlement des litiges. Si le client agit en justice, il peut tout à fait le faire mais la médiation devra s'arrêter.

8. Transmission électronique du dossier selon la forme demandée.

Le client s'engage à respecter la procédure de saisine en ligne du dispositif de médiation.

9. Possibilité de se faire représenter par un avocat, de se faire assister par toute personne de son choix ou encore de faire appel à un expert.

Lors du processus de médiation, à tout moment, le client peut faire appel à un avocat ou à toute personne de son choix. Il lui est également possible de demander l'intervention d'un expert.

Les frais inhérents à l'intervention de ces personnes sont à la charge du client. En cas de demande conjointe d'expertise, les frais sont partagés entre le client et l'entreprise.

10. Liberté d'arrêter le processus de médiation à tout moment.

La médiation est un processus volontaire, le client peut décider à tout moment de stopper le processus de règlement amiable quand il le souhaite.

11. Liberté d'accepter ou non la solution de médiation proposée.

Le client est libre d'accepter ou de refuser la solution proposée afin de résoudre son litige avec le vendeur. Il doit faire part de sa réponse dans les 10 jours à compter de la solution de médiation proposée.

Il est précisé que l'avis donné par le Médiateur du e-commerce n'est pas un jugement ; la solution proposée peut donc être différente d'une décision judiciaire.

12. Caractère définitif d'une médiation acceptée.

Du fait de la liberté évoquée ci-dessus, une fois le compromis accepté par l'entreprise et le client, il n'est plus possible, sauf à annuler la médiation, de revenir sur ce qui a été proposé et accepté préalablement.

### Les engagements des entreprises

1. Information directe du dispositif et de l'adhésion.

En adhérant à la FEVAD, les entreprises ont accès à la médiation du Médiateur, compétent en cas de litige avec un de leurs consommateurs.

Elles informent les consommateurs *via* une mention, lisible, facilement accessible et disponible sur leur site internet, comme par exemple, dans leurs conditions générales de vente et, par ailleurs, lors leurs échanges avec les consommateurs en cas de litige non résolu.

2. Désignation d'un correspondant médiation.

Pour faciliter le contact avec le Médiateur du e-commerce de la FEVAD, l'entreprise désigne une personne habilitée à échanger et dialoguer tout au long du processus de médiation avec le Médiateur.

3. Bonne foi sur le fond du dossier de médiation et respect mutuel.

Pour le bon déroulement du processus amiable de règlement des litiges, la bonne foi est un point essentiel que le professionnel doit respecter. Il ne doit pas tenir des propos diffamants ou injurieux qui vont à l'encontre du principe de médiation reposant sur la bonne volonté des parties et qui entraîneraient alors la fin de la médiation.

4. Suivi électronique du dossier selon la forme demandée.

Le professionnel s'engage à utiliser les outils techniques mis à sa disposition.

5. Confidentialité pendant et après la médiation.

Le professionnel s'engage à ne pas divulguer les informations liées à la résolution de son cas en médiation pendant et après le processus.

6. Possibilité de se faire représenter par un avocat, de se faire assister par toute personne de son choix ou encore de faire appel à un expert.

Lors du processus de médiation, à tout moment, le client peut faire appel à un avocat ou à toute personne de son choix. Il lui est également possible de demander l'intervention d'un expert.

Les frais inhérents à l'intervention de ces personnes sont à la charge du client. En cas de demande conjointe d'expertise, les frais sont partagés entre le client et l'entreprise.

7. Pas d'action judiciaire pendant la médiation.

La médiation est un processus extrajudiciaire de règlement des litiges. Si le professionnel agit en justice, il peut tout à fait le faire mais la médiation devra s'arrêter.

8. Libre d'arrêter le processus de médiation à tout moment, après justification par écrit.

La médiation est un processus volontaire, le professionnel peut décider à tout moment de stopper le processus de règlement amiable quand il le souhaite. Il est tenu toutefois de motiver par écrit sa décision.

9. Justification par écrit du non suivi de la solution de médiation proposée.

La solution de médiation proposée peut donc être différente d'une décision judiciaire.

La médiation est un processus volontaire, le professionnel peut décider de ne pas accepter et de ne pas mettre en œuvre la solution proposée. Il doit faire part de sa réponse dans les 10 jours à compter de la solution de médiation proposée.

Il est tenu, par ailleurs, de motiver, au Médiateur, par écrit, sa décision.

10. Participation au financement global du dispositif de médiation.

En adhérant à la FEVAD, le professionnel accède au dispositif de médiation et à un nombre de cas annuels pouvant être pris en charge par le service du Médiateur du e-commerce de la FEVAD. Cela fait partie du coût de son adhésion. Au-delà du nombre de cas annuels prévus dans l'adhésion, un coût forfaitaire par cas supplémentaire sera facturé au professionnel.

Le professionnel informe le consommateur de l'existence du dispositif de médiation compétent en cas de litige. Il communique au consommateur les coordonnées du Médiateur.

11. Prise en charge du coût forfaitaire par saisine.

Pour les cas nécessitant un examen approfondi par le Médiateur du e-commerce de la FEVAD, le professionnel sera facturé, en surplus de l'adhésion à la FEVAD qui prévoit l'accès au service, d'un coût forfaitaire par dossier.

Information générale

Chaque année, le Médiateur du e-commerce de la FEVAD publie son Rapport relatant l'activité annuelle du service de médiation.