

# Charte Médiation 2020



PÉRIODE  
01/01/20 au 31/12/20

## Annexe 3

### Charte de la Médiation du e-commerce de la Fevad au 15 décembre 2020

#### PROPOS LIMINAIRES

**Le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad** permet à un consommateur de le saisir **gratuitement**, lorsque ce dernier rencontre un litige qu'il n'a pu préalablement résoudre, via une démarche préalable écrite, avec une entreprise adhérente de la Fevad ayant désigné ce Médiateur comme compétent pour ses litiges de consommation.

Les entreprises concernées, vendant au consommateur particulier final, indiquent dans les pages qui suivent celles de leur service clients la mention suivante :

*« Conformément aux dispositions du Code de la consommation concernant le règlement amiable des litiges, pour ses litiges de consommation, notre entreprise adhère au service du Médiateur du e-commerce de la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance), dont le site dédié est : <https://www.mediateurfevad.fr> et l'adresse postale : 60, rue La Boétie, 75008 Paris. »*

Seules les entreprises adhérentes de la Fevad peuvent indiquer cette mention-type, toute utilisation abusive étant, dès connaissance, immédiatement signalée comme mensongère à l'entreprise, avec demande de radiation. La DGCCRF est systématiquement mise en copie de ce signalement.

Par ailleurs, la mention-type doit s'accompagner de l'indication de l'existence de la plateforme en ligne de règlement des litiges de la Commission européenne, accessible via le lien : <https://ec.europa.eu/consumers/odr/>

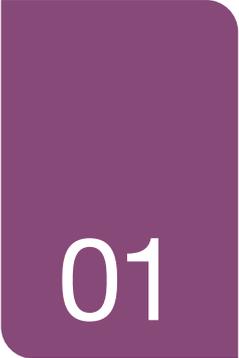
Les termes de la présente Charte s'imposent aux deux parties en litige, à savoir les entreprises adhérentes de la Fevad qui la désignent, d'une part, et les consommateurs qui la saisissent, d'autre part.

Le recours à la médiation de la consommation suspend le délai de prescription des actions en justice.

Le délai de traitement s'apprécie entre la date de recevabilité de la saisine et la date de la clôture du dossier.

La Médiation du e-commerce de la Fevad n'est aucunement liée au service clients des entreprises membres ; elle est totalement indépendante et agit comme tiers impartial. Les

commentaires des consommateurs mettant en cause ces deux principes peuvent amener au désistement de la médiation.

01

## ARTICLE 1

### SERVICE DU MÉDIATEUR DU E-COMMERCE DE LA FEVAD

Le présent dispositif de médiation répond strictement aux critères édictés par la loi prévus par le livre VI, « Règlement des litiges », du Code de la consommation : [article L.611-1 et suivants](#) et [article R.612-1 et suivants](#).

Le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad est placé sous la seule et unique responsabilité de Bernard Siouffi, Médiateur, désigné par mandat irrévocable de trois ans par le conseil d'administration de la Fevad.

Référencé depuis juillet 2016 par la Commission d'évaluation et de contrôle de la Médiation de la consommation (CECMC), il est également reconnu comme Médiateur national, dans son champ de compétence, par la Commission européenne. Il est, par ailleurs, membre du Club des médiateurs de services au public.

Indépendant de la Fevad, avec une autorité reconnue dans le monde du e-commerce, compétent, impartial, il dispose d'un budget autonome pour mener à bien sa mission. Il est rémunéré sans relation avec le nombre ou le résultat des médiations. Il intervient en droit et en équité, après une appréciation au cas par cas des demandes, respectant ainsi les critères légaux inhérents à tout médiateur de la consommation.

Ses propositions de solution ne sont susceptibles d'aucun recours, appel, explication ou justification.

Ni juge ni arbitre, mais pas non plus responsable de la qualité des services clients des entreprises membres, il ne se prononce pas sur le fond, ne donne pas d'opinion sur les conditions générales de vente ou le comportement des entreprises, mais a vocation à rechercher et à proposer aux parties, en cas de désaccord important, une solution personnalisée, qui pourrait les satisfaire et publiée sur l'espace dédié de la plateforme de gestion en ligne des litiges.

Il informe cependant régulièrement les instances de gouvernance de la Fevad des comportements d'entreprises membres qui lui semblent préoccupants en termes d'offres, de service clients et/ou de bonnes pratiques professionnelles.

02

**ARTICLE 2**

**RECEVABILITÉ ET DÉLAIS DE TRAITEMENT DES SAISINES**

Conformément à la loi, à réception de la demande de médiation, le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad **examine la recevabilité du cas et informe le consommateur, dans un délai de trois semaines** à compter de la réception dudit dossier, **de la prise en charge ou non** de sa demande de médiation. En cas d'irrecevabilité, il indique la raison de la non-prise en charge.

La demande prématurée ou réitérée de nouvelles du dossier avant les délais fixés n'a aucun effet sur son avancement.

Si le **dossier est recevable**, le consommateur reçoit un message avec un identifiant et un mot de passe qui lui permet d'accéder à l'espace sécurisé en ligne qui lui est réservé afin de suivre sa demande. Il peut ainsi interagir avec le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad, et communiquer toute information utile lors de la progression de la médiation.

À la suite, sauf cas particulier, un **délai légal d'intervention maximal est fixé à 90 jours** à compter de la prise en charge de la demande complète de médiation, délai qui peut s'étendre pour les cas plus compliqués, après information des parties.

Eu égard aux volumes traités et à la nature des problèmes rencontrés dans son domaine de compétence, le Médiateur délègue au service de la Médiation la transmission aux entreprises concernées des demandes de médiation recevables des consommateurs.

Il assure la surveillance et la pertinence des réponses apportées ainsi que des délais d'intervention, et intervient personnellement dans les cas complexes, de principe ou mettant en jeu les bonnes pratiques professionnelles. Il alerte régulièrement les entreprises concernées sur les dérives et manquements à la charte.

Le service de la Médiation prend note des **engagements pris par les entreprises**, qui ont seules la responsabilité de la bonne fin de ceux-ci. Il peut néanmoins décider de rouvrir des dossiers si ces engagements n'ont pas été tenus, notamment au terme d'un délai raisonnable.

Les solutions proposées, qui se fondent en droit et en équité, ne sont exprimées qu'une seule fois, et peuvent être différentes d'une éventuelle décision judiciaire.

Chaque dossier étant un cas particulier, les solutions ne sont pas transposables à d'autres dossiers. De même, les échanges entre le service de médiation et les parties sont couverts par la confidentialité, et donc, sauf accord des parties, non susceptibles d'être produits en justice.

Garant du bon déroulé de la médiation qui s'effectue dans le respect mutuel des parties, le Médiateur veille à la confidentialité tout au long du processus de médiation ; une confidentialité qui s'applique à lui, au service de la Médiation, et, bien sûr, aux parties en présence.

Sur demande, il peut cependant être établi une attestation de non-réussite de la médiation.

03

### ARTICLE 3

## CHAMP D'INTERVENTION DE LA MÉDIATION DU E-COMMERCE

Le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad intervient lorsque les critères cumulatifs suivants sont réunis, au sens de l'article [L.611-4](#) du Code de la consommation :

- La saisine concerne un litige entre **un consommateur et une entreprise adhérente** de la Fevad ayant désigné le dispositif de médiation de la Fevad pour traiter les litiges issus d'une vente à distance et, en cas d'accord exprès forfaitisé, les litiges issus d'une commande en magasin ou sur une place de marché. Le consommateur est informé de ce choix laissé à l'entreprise, qui décide seule de l'extension de ce champ d'intervention.
- La saisine concerne une **commande effectivement passée et validée**. Le litige porte donc exclusivement sur l'exécution, c'est-à-dire la bonne fin, d'un contrat de vente ou de fourniture d'un service à distance.
- La saisine concerne une **commande livrée en France**, où le droit national de la consommation est applicable, même si le professionnel vendeur est établi dans un autre pays de la Communauté européenne ou si l'acheteur est résident étranger. Par ailleurs, seule la langue française est admise pour la médiation.

En revanche, la médiation de la consommation ne s'applique pas, au sens de l'article L.612-2 du Code de la consommation :

- Aux **litiges entre professionnels**, ou pouvant concerner une **activité professionnelle**, même unipersonnelle, ou encore une **activité associative** ou **collective**.
- Lorsque sont **en cours des réclamations portées par le consommateur** auprès du service clientèle du professionnel, qui n'aurait pas encore répondu.
- Lorsque des tentatives de **conciliation ou de médiation ont été ordonnées par un tribunal** saisi du litige de consommation.
- Lorsque des **procédures judiciaires sont introduites par un professionnel**.

En outre, le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad n'interviendra pas lorsque :

- Le consommateur ne justifie pas avoir tenté, **au préalable**, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par **une réclamation écrite**, échanges électroniques compris, ayant laissé une trace.
- La demande de médiation est **prématurée, manifestement infondée ou abusive**.
- Le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen **par un autre médiateur ou qu'un tribunal a été saisi**.
- Le consommateur a introduit sa demande auprès du Médiateur dans **un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite** auprès du professionnel.
- Le litige concerne une transaction entre **professionnels** ou entre **particuliers**.
- La demande de médiation fait suite **à une erreur manifeste** de manipulation.
- La demande concerne une opinion ou une demande d'action vis-à-vis du comportement des entreprises ou de leur service clients.
- La demande de médiation ne concerne qu'**une indemnisation, en principal**, manifestement abusive, non justifiée par des éléments concrets.
- Enfin, la demande de médiation **n'entre pas directement dans le champ d'expertise** du Médiateur, qui est la bonne fin de la transaction et la conformité du produit.  
Par exemple :
  - la sécurité d'un produit ou d'un service ;
  - les questions concernant les assurances ou expertises liées au produit ou à son utilisation ;
  - les dégâts occasionnés par un défaut ou la casse d'un produit ;
  - des malfaçons suite à un montage ou à la pose d'un produit ;
  - une suspicion de contrefaçon ;
  - les non-conformités de la pose d'éléments ;
  - la politique de prix ou une publicité considérée comme mensongère ;
  - une erreur manifeste d'affichage de prix ou de description ;
  - une demande concernant la protection des données ;
  - une contestation sur un retour non reçu ou non conforme, pour lesquels aucun élément de preuve certaine n'est apporté.

Pour les différents sujets ci-dessous, le service de médiation transmet néanmoins systématiquement, sans avis, les commentaires ou demandes des consommateurs aux entreprises concernées :

- La demande de médiation concerne une disposition contestée de **fermeture de compte** ou de restriction de **la poursuite de relations commerciales**. Dans ces cas, le Médiateur peut demander que les sommes en compte soient néanmoins rétrocédées, que les documents nécessaires à l'exercice des garanties restent accessibles et que ces restrictions soient exprimées dans les conditions générales de vente ou d'utilisation.
- La demande de médiation concerne un **dossier qui a déjà fait l'objet d'une proposition de solution ou d'une information** en réponse.
- La demande concerne une demande de prise en garantie dans laquelle **une suspicion de casse** peut être retenue alors que le consommateur n'a pas souscrit d'assurance spécifique ni fourni une expertise contradictoire.
- La demande de médiation concerne un vol, **une fraude** avérée, une tentative de fraude ou d'escroquerie, d'usurpation de compte ou d'identité.

## 04

**ARTICLE 4****DÉSISTEMENT, COMPORTEMENT RESPECTUEUX, SUSPENSION DE LA MÉDIATION**

Le Médiateur du e-commerce de la Fevad peut être amené à se désister pour les **litiges collectifs**, 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.

En effet, une saisine de médiation étant traitée de manière unique, elle ne peut faire l'objet de contingence commune entre des consommateurs ayant subi le même préjudice.

De même, la multiplication de courriers électroniques de même sujet, la demande réitérée de nouvelles des dossiers en cours alors que les délais sont connus, l'ouverture de nouveaux dossiers pour un même litige ou les relances précoces ou disproportionnées sont susceptibles de conduire à un **désistement de la médiation**.

Tout au long du processus de médiation, **le principe de confidentialité** des échanges **s'applique**. 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 exprimées dans des forums de discussion, sur les réseaux sociaux, ou ont exprimé la volonté ou la menace d'utiliser ces échanges dans un autre contexte, tribunal, etc.

Le consommateur saisit le Médiateur pour une demande de médiation fondée et non abusive. Il est conscient des délais et respecte le déroulé de mise en œuvre des dossiers.

**Le consommateur respecte** également, tout au long du processus de médiation, **le Médiateur et son équipe**. Il évite tout propos inapproprié, diffamant ou injurieux, et les harcèlements divers allant à l'encontre des valeurs de la médiation, qui repose sur la bonne volonté des parties, et pouvant **entraîner la fin de la médiation**.

05

## ARTICLE 5

### SAISINE DU SERVICE DU MÉDIATEUR DU E-COMMERCE DE LA FEVAD

La saisine du Médiateur du e-commerce de la Fevad **se fait en ligne**, via le formulaire mis à disposition sur le site <https://www.mediateurfevad.fr> et via le lien <https://www.mediateurfevad.fr/index.php/espace-consommateur/#formulaire-conso>.

Elle peut aussi se faire, pour les seuls consommateurs, par courrier postal à l'adresse suivante : **Service du Médiateur du e-commerce de la Fevad – 60, rue La Boétie – 75008 PARIS.**

Les appels téléphoniques ne sont pas pris en charge pour la médiation. Les courriers électroniques, recevables uniquement à **l'adresse [mediateurduecommerce@fevad.com](mailto:mediateurduecommerce@fevad.com)**, ne sont considérés que comme un éventuel complément d'information hors du processus de la médiation lui-même. En aucun cas ils ne seront considérés comme saisine du service de la Médiation.

Le consommateur peut se faire **assister par un tiers de son choix**, dûment mandaté, **à tous les stades du processus de médiation. Il peut également se faire représenter**, c'est-à-dire que le tiers peut saisir, pour le compte du consommateur, la demande de médiation. Cette demande se fait **uniquement via le formulaire en ligne**, les demandes par courrier ou par courriel dans ce contexte n'étant pas prises en charge.

Il peut également, dans les mêmes conditions, faire appel à une protection juridique ou à un avocat à sa charge. Il peut enfin **solliciter l'avis d'un expert**, dont les frais seront également à sa charge. Si la demande d'expertise est conjointe, les frais sont partagés entre le consommateur et le professionnel ([article R.612-1](#) du Code de la consommation).

Le consommateur, le tiers qui l'assiste ou le représente, tout comme l'entreprise concernée, **peuvent décider de mettre fin à tout moment et librement au processus de médiation, sans avoir à fournir d'explication.**

06

**ARTICLE 6****PROPOSITION DE SOLUTION ET FIN DU PROCESSUS DE MÉDIATION**

Si, après contact avec l'entreprise, une fois la demande de médiation prise en charge par le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad, **aucun accord amiable** entre le consommateur et l'entreprise n'a pu être trouvé, **le Médiateur** propose, comme prévu par le Code de la consommation, une solution pour régler leur litige.

Le consommateur et l'entreprise sont **libres de refuser ou d'accepter cette proposition**. L'acceptation de la proposition de solution ou son refus engagent les parties. En l'absence de réponse des parties au-delà de **dix jours ouvrables, le silence vaut refus** de la proposition.

Ce silence entraîne la clôture des dossiers. La participation à la médiation n'exclut pas la **possibilité d'un recours devant la justice ou l'utilisation d'autres voies de recours**.

La procédure de médiation prend fin après émission de l'avis du Médiateur et le désistement ou la non-réponse de l'une des parties.

07

**ARTICLE 7****DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL**

Le consommateur est amené, dans le cadre de la saisine de médiation, à nécessairement communiquer des données à caractère personnel pour la bonne fin de sa demande.

Ce faisant, il en accepte formellement, au moment de leur saisie sur le formulaire en ligne, la diffusion auprès des tiers accrédités, essentiellement le service de la Médiation, les entreprises concernées, les techniciens de maintenance informatique, et le cas échéant, sur réquisition, le régulateur public.

Il le fait dans le contexte de la politique de confidentialité mise en place par le service de la Médiation du e-commerce de la Fevad et accessible sur son site internet, en conformité avec les dispositions [du règlement \(UE\) 2016/679](#) du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données personnelles (RGPD).

Les parties ayant accès à ces données s'engagent à respecter strictement cette politique de confidentialité accessible via le lien suivant : <https://www.mediateurfevad.fr/index.php/politique-de-confidentialite/>.

08

## ARTICLE 8

### DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES AUX ENTREPRISES ADHÉRANT À LA MÉDIATION DU E-COMMERCE DE LA FEVAD

Les entreprises membres de la Fevad désignant la Médiation du e-commerce s'engagent à respecter strictement les dispositions de la présente charte.

**Désignation de la médiation compétente :** Par leur adhésion à la Fevad, les entreprises membres vendant aux consommateurs (BtoC) peuvent désigner la Médiation du e-commerce comme compétente pour leurs litiges de consommation, en conformité avec la réglementation. Cette démarche est volontaire et formalisée lors de leur adhésion, les entreprises étant libres de désigner un autre médiateur.

**Désignation d'un correspondant du service et du Médiateur :** L'entreprise désigne une personne physique identifiée, avec une adresse électronique et un téléphone direct pour être l'interlocuteur du service et du Médiateur. Cette personne a la capacité de décision sur les dossiers proposés. L'entreprise s'engage à mettre à jour cette information et à signaler tout changement à ce sujet au service de la Médiation.

**Coût :** La gratuité est accordée pour un nombre de cas recevables, annuellement, qui dépend du niveau de cotisation, lui-même lié à l'activité e-commerce de l'entreprise. Au-delà, un coût forfaitaire par cas est facturé par la Fevad. Les cas complexes, de principe ou concernant les bonnes pratiques professionnelles pris en charge par le Médiateur lui-même sont facturés dans le même contexte. Ces fonds sont affectés au budget du service.

**Champ de compétence :** Le champ de compétence de la médiation concerne par défaut l'activité de vente à distance. Pour des raisons à la fois pratiques et de communication, les entreprises peuvent étendre ce champ aux commandes prises dans leurs magasins physiques, sous réserve de centraliser le dialogue client avec le service de la Médiation, et sur leurs places de marché, sous réserve également de centraliser le dialogue client des vendeurs tiers.

Les entreprises indiquent ces extensions à la suite des mentions obligatoires. Un coût complémentaire forfaitaire est facturé par la Fevad pour ces extensions.

Dans ces deux cas, les entreprises s'engagent, par parallélisme des formes, et pour la médiation, à suivre les règles juridiques de la vente à distance.

**Saisine :** Les entreprises ne peuvent pas saisir le service de la Médiation du e-commerce pour leurs litiges avec les consommateurs.

**Présence et positionnement des mentions obligatoires :** Les mentions médiation sont accessibles sur le site de l'entreprise et sont bien distinctes de celles relatives au service clients, pour éviter toute confusion et permettre au consommateur d'être clairement informé de la possible voie de recours amiable complémentaire qu'est la médiation.

**Espace réservé :** Un espace confidentiel, en accord avec le fonctionnement de la médiation, est réservé, sur la plateforme de gestion des litiges, aux échanges avec l'entreprise.

**Suivi des recommandations du Médiateur :** Les entreprises ayant désigné la Médiation du e-commerce de la Fevad s'engagent à suivre les recommandations édictées dans les rapports annuels du Médiateur, notamment en matière de remboursement, de livraison conforme entre les mains du bon destinataire et de mise en œuvre des garanties proposées.

**Réponse au service :** La réponse au service de la Médiation se fait en cohérence avec les demandes précisées par les consommateurs dans leur saisine, du service ou du Médiateur, hors réponse d'attente ou réponse déjà faite par leur service clients. Les dossiers doivent bénéficier d'une priorité au sein des services clients.

**Le délai de réponse demandé est de dix jours** ouvrables. En tout état de cause, la non-réponse au bout d'un mois, après relance, vaut refus de l'entreprise d'entrer en médiation.

**Refus de médiation :** Quand l'entreprise refuse d'entrer en médiation, elle doit justifier sa réponse auprès du service de la Médiation. Cette justification, sauf accord contraire, est couverte par la confidentialité des échanges.

**Retards, non-réponses ou refus systématiques.** Les non-réponses ou refus d'entrer en médiation systématiques peuvent faire l'objet d'un signalement aux instances dirigeantes de la Fevad, avec la proposition de retirer la désignation de la Médiation du e-commerce.

Il en est de même en cas de retard récurrent dans les réponses, en particulier dues à la non-centralisation des litiges de consommation en magasin ou sur les plateformes, qui peuvent justifier la non-poursuite de la médiation pour ces extensions.

**Tenue des engagements pris :** La médiation s'arrête à la suite d'un engagement exprimé par écrit par le vendeur. La non-tenue de ses engagements dans les délais indiqués peut nuire au dispositif, et donc entraîner des mesures d'exclusion de la médiation.

