Publié le 4 juillet 2017

Médiation et Epl, les consommateurs méritent toute l'attention

L'ordonnance du 20 août 2015 a modifié les règles du code de la consommation. Les entreprises ont désormais obligation d'avoir un médiateur spécifique de la consommation pour régler certains litiges qui apparaîtraient dans le cadre d'une transaction commerciale. Les Epl ont anticipé le mouvement pour satisfaire leurs usagers-consommateurs.

Depuis le 1er janvier 2016, dès qu'elle conclut un contrat de prestation de services ou de vente avec un consommateur, une Epl doit permettre à ce dernier de recourir à la médiation en cas de litiges.

La médiation, qu'est-ce que c'est ? *« Elle désigne un processus de **règlement extrajudiciaire des litiges** par lequel un consommateur et un professionnel tentent de parvenir à un accord pour résoudre à l'amiable un litige qui les oppose, avec l'aide d'un tiers : le médiateur »*, explique **Marie Courrouyan**, responsable adjointe du département des affaires juridiques de la Fédération des Epl.

Un règlement extrajudiciaire des litiges

Il s'agit donc d'une **alternative à l'action judiciaire**. Le consommateur garde néanmoins la possibilité de saisir le juge si la médiation n'aboutit pas.

Chaque professionnel doit avoir choisi un médiateur et a l'obligation de communiquer les coordonnées du ou des médiateurs compétents dont il relève sur ses documents commerciaux (devis, factures, conditions générales de vente…) ou sur son site internet.

Les Epl sont concernés par cette nouvelle obligation légale. Dans certains secteurs, ils ont même devancé la loi. C'est le cas de l'eau. **Francis Grosjean**, vice-président de Brest métropole et administrateur de la Spl Eau du Ponant, représente la Fédération des Epl à la médiation de l'Eau. *« L'eau et l'assainissement ne relèvent pas seulement d'une compétence obligatoire, ils constituent tous deux un service vital rendu par la collectivité »*, assure-t-il. Un principe acté par la Spl dès 2012, *« avant même que la loi ne prescrive la voie d'une solution amiable en cas de litiges, la médiation nous a paru s'imposer comme un moyen moderne, aussi pertinent pour les administrés que pour les élus«* .

Quand un volcan change la donne

Dans le secteur du tourisme et du voyage, c'est une catastrophe naturelle qui a fait prendre conscience aux opérateurs concernés de la nécessité de créer une médiation pour les consommateurs. En 2010, les compagnies aériennes (Fnam), les *tour operator* (CETO), les entreprises du voyage et l'Union des transports publics et ferroviaires, ont dû faire face aux terribles perturbations dues à l'éruption volcanique Eyjafjöll dans le sud de l'Islande.

Depuis fin 2011, **Jean-Pierre Teyssier** est le médiateur du Tourisme et du Voyage, domaines dans lesquels les Epl jouent un rôle de plus en plus important, *« que ce soit au titre du transport urbain, routier et/ou ferroviaire, de leur engagement dans les séjours et loisirs ou encore les offices de tourisme et les ports de plaisance »*, assure-t-il.

Du côté du **funéraire public**, la création de la médiation a pris plus de temps. *« C'est un secteur peu exposé aux litiges commerciaux »*, assure **Patrick Lerognon**, directeur général de la Spl PFP La Rochelle-Ré-Aunis et président de la l'Union du pôle funéraire public (UPFP). Enfin, la Sem **Tice**, en charge des transports intercommunaux centre Essonne, dispose d'un médiateur qu'elle n'a jamais eu l'occasion de solliciter. En effet, l'agence commerciale du transporteur est particulièrement proactive pour régler en direct avec les usagers les difficultés qui peuvent survenir. Tant que le consommateur y trouve son compte.