

RAPPORT ACTIVITÉ

ANNÉE 2019

Rappels d'histoire :

A – L'année 2019 a marqué une étape importante de la structure. Initialement le projet de la Chambre Nationale des Praticiens de la Médiation, était de prendre acte de la demande des pouvoirs publics en matière de médiation de la consommation et de l'inscrire dans le cadre de son activité comme une autre compétence en matière de médiation. Dès lors, l'ambition était limitée. Nos prévisions concernant le nombre d'adhésions cherchaient, dans un premier temps à avoir des produits qui couvrent l'investissement de départ, et principalement le coût du site. Le démarrage s'est fait, avec l'appui du Président de la CNPM, uniquement par l'activité de quatre bénévoles qui ont conduit la démarche du début à la fin. Nous constatons que dès les six premiers mois, notre objectif était atteint.

B – La phase suivante a consisté à conforter ce premier acquis. Ce qui s'est confirmé rapidement. C'est alors qu'il nous a semblé que la dimension associative ne correspondait plus à la dimension économique qui se dessinait. Nous avons évoqué et soumis à la CECMC l'idée d'autonomiser entièrement cette nouvelle activité par rapport au métier traditionnel de la CNPM. Et c'est ainsi que la CNPM a été autorisée par la CECMC à organiser la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION sous la forme d'une Société par Actions Simplifiée. Société créée en juillet 2019. Cette société a dû se doter de moyens propres. Ce qui fut fait en septembre par un changement d'adresse – l'équipement et l'emménagement dans un nouveau local – l'embauche en CDI d'une attachée administrative à temps complet.

C – Dans le temps qui a suivi, une partie importante du temps a été consacrée à la formation de cette salariée qui n'avait aucune connaissance ni du monde de la médiation – ni de la médiation de la consommation. En conséquence de quoi, le fonctionnement de la SAS CNPM

MÉDIATION CONSOMMATION a été effectif au 1^{er} décembre 2019. Jusqu'en septembre 2019, toute la charge de travail, hors médiations de la consommation, a été effectuée par des bénévoles, dans l'objectif de conforter la base économique du projet et donc sécuriser le fonctionnement de la structure. En fin d'année 2019, l'attachée administrative avait acquis les connaissances nécessaires pour animer la SAS avec l'appui constant du gestionnaire de la plate-forme et des actionnaires de la SAS, chacun selon sa compétence.

ORGANISATION DE LA CNPM MÉDIATION CONSOMMATION

A. Outre le secrétariat, totalement équipé, la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION dispose d'un bureau à destination du Président de la Sas et des administrateurs. De plus, une grande salle de réunion est partagée par trois utilisateurs : la CNPM – DCF (société partenaire de la CNPM dédiée à la formation) et la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION. Cette salle, d'une capacité de 25 places est équipée d'un grand écran pour tous les contacts en visioconférence et bien évidemment pour les formations. Ce qui permet à chaque médiateur agissant pour le compte de la CNPM MEDIATION CONSOMMATION, quel que soit son lieu d'habitation, de participer auxdites formations qui seront évoquées plus loin.

B. Dès le démarrage, la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION a été sollicité par les secteurs d'activité principaux suivants : SERVICES DE BIEN-ÊTRE – SERVICES À DOMICILE – IMMOBILIER –

C. Le volume d'activité en nombre de médiations conduites est mécaniquement limité du fait de la mise en place progressive telle que décrite ci-dessus et des demandes limitées en nombre : 83 demandes de médiation sont parvenues à la plateforme ou par courrier. 69 d'entre elles concernaient un professionnel non-adhérent à la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION ; 2 ne concernaient pas la médiation de la consommation. Sur les 12 restantes, 5 n'ont pas été acceptées par le professionnel. Sur les sept restantes, 3 ont été solutionnées par accord des parties et 4 ont été résolues après acceptation de la proposition du médiateur.

D. L'activité dont il vient d'être question appelle deux commentaires : leur nombre est trop limité pour en tirer des conclusions pertinentes. 2020, probablement nous permettra de mieux le faire ; la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION a consacré une partie substantielle de son temps à informer des consommateurs et des professionnels, y compris certaines organisations professionnelles voire consulaires, de l'existence de la médiation de la consommation et son fonctionnement.

E. Formations : La CNPM MÉDIATION CONSOMMATION a défini sa politique de formation pour l'année 2019 & 2020. Le 23 octobre 2019 : intervention de Madame le Professeure SAUPHANOR BROUILLAUD portant sur l'actualité du droit de la consommation et les grands principes à retenir. Cette journée a été ouverte gratuitement à tous les médiateurs agissant pour le compte de la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION. Elle a été ouverte à tout autre médiateur ou avocat sans lien avec la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION. Il nous paraît important que le plus grand nombre d'acteurs soit associé à la connaissance de la médiation de la consommation. Cette journée de formation devrait se poursuivre en 2020 par cinq autres journées animées par toujours Madame le Professeure SAUPHANOR BROUILLAUD ainsi que par Monsieur Adrien BASCOULERGUE professeur d'université à Lyon 2 et Monsieur Marc LEVÈQUES concernant l'utilisation de la plateforme. Toutes ces journées seront gratuites pour les médiateurs agissant pour le compte de la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION et ouvertes à tout autre participant qui le souhaiterait.

F. Natures des conventions signées : Conventions individuelles à l'exception d'une convention cadre signée avec la FDPM (Fédération Diversité Proximité Mutualiste). Pour faciliter l'adhésion des professionnels, des conventions de partenariat ont été signées avec des associations, syndicats professionnels ou des réseaux sous quelque forme que ce soit. Le fil conducteur consiste à faire en sorte qu'au moyen de ces diverses organisations, les professionnels soient informés de l'existence de l'obligation d'avoir choisi un médiateur de la consommation. Ces conventions de partenariat sont signées avec des structures qui regroupent des professionnels de mêmes secteurs d'activité. Les demandes d'adhésions restent à l'initiative exclusive de chaque professionnel qui doit déposer sa demande sur la plateforme. Ce qui permet d'une part, d'automatiser la rédaction de la convention, qui est strictement

identique à celle qui a été élaborée avec le concours de la CECMC, et laisser son édition à l'initiative du professionnel. Ce qui nous permet de baisser très fortement les coûts d'adhésion ce qui nous semble de nature à lever de possibles freins et, en conséquence faciliter l'adhésion des professionnels au principe de médiation de la consommation tout en respectant à la lettre, pensons-nous, les exigences de la CECMC. A chaque fois, dans les contacts que nous avons avant la rédaction d'une convention de partenariat, nous prenons le temps et la précaution de rappeler que chaque professionnel doit rester totalement libre d'adhérer au médiateur de son choix.

G. L'équipe des médiateurs de la consommation est celle qui a été constituée avec l'accord de la CECMC :

- Jeanne BARRUEL – Avocate
- Gérard Branche : ancien chef Police nationale – formateur en matière de sécurité publique - consultant
- Jacques CHANET : Directeur de Banque – Agent Général d'assurances – Délégué Régional Prévoyance – Juge Tribunal des Prud'hommes Bordeaux Juge Tribunal de Commerce de Bordeaux
- Marc CHOBERT : Avocat
- Mireille COUSTON : Professeur université – avocate – consultante
- Valérie de Valmont : Avocate
- Monique FONTCOUBERTE SABY : Assistante juridique
- Marie José GONZALEZ : Avocate
- Alain GRIMAND : Huissier de justice
- Frédéric HOPGOOD : Avocat
- Marie Hélène LABARRIÈRE : Anciennement haut-responsable en immobilier et promotion immobilière
- Marc LEVEQUES : Ingénieur – Conseil en dialogue social
- Roland LONJON : Secrétaire Général Fédérations du bâtiment
- Anne-Valérie MERY : Chargée de mission CCI
- Anne PILLIAS-PERRON : Avocate
- Pascal POMOGIER : Conseil en entreprise – Conseil en gestion de patrimoine
- Philippe RABOUIN : Expert de justice – Consultant

Tous sont adhérents et médiateurs à la CNPM.

En conclusion : Cette année 2019 a été riche en changements pour la CNPM MÉDIATION CONSOMMATION. Les administrateurs sont bien conscients que ce qui a été fait constitue un palier qui appelle à d'autres adaptations pour que l'histoire qui a été initiée par des bénévoles continue à s'accorder aux exigences de professionnalisation de la CECMC en tenant compte également de l'expérience acquise dans la conduite de la médiation de la consommation pour rechercher des vecteurs d'information plus appropriés.