



Rapport d'activité 2025

Contenu de ce rapport

Ce rapport est élaboré conformément aux dispositions de l'Article R614-2 du Code de la consommation qui dispose que le médiateur met également à la disposition du public sur son site internet ou communique sur demande son rapport annuel d'activité comprenant les informations suivantes :

- 1° Le nombre de litiges dont il a été saisi et leur objet ;
- 2° Les questions les plus fréquemment rencontrées dans les litiges qui lui sont soumis et ses recommandations afin de les éviter ;
- 3° La proportion de litiges qu'il a refusé de traiter et l'évaluation en pourcentage des différents motifs de refus ;
- 4° Le pourcentage des médiations interrompues et les causes principales de cette interruption ;
- 5° La durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges ;
- 6° S'il est connu, le pourcentage des médiations qui sont exécutées ; ... »

The background features a dark grey horizontal band across the middle. Above this band, there is a light grey rectangle on the left and a yellow triangle on the right. Below the band, there is a yellow triangle on the left and a light grey rectangle on the right.

Introduction

Le mot du Président

L'année 2025 s'est caractérisée par une hausse de 20 % des demandes de médiation de la consommation, ainsi que par une complexité croissante des litiges portés devant l'entité de médiation.

Dans un contexte marqué par la multiplication des litiges entre consommateurs et professionnels, la médiation de la consommation s'est imposée comme un mode privilégié de règlement amiable des différends. Simple, rapide et gratuit pour le consommateur, elle offre une alternative efficace à la voie judiciaire en favorisant la recherche d'une solution amiable aux litiges nés de l'exécution d'un contrat de vente ou de prestation de services.

Issue de la directive 2013/11/UE relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et transposée en droit français par l'ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015, la médiation de la consommation permet à tout consommateur, après une tentative préalable de résolution directe du litige avec le professionnel, de saisir une entité de médiation compétente. Le médiateur, tiers indépendant, impartial et compétent, examine les positions des parties afin de les accompagner dans la recherche d'une solution amiable au différend.

Au-delà de son objectif de règlement des litiges, ce dispositif participe au renforcement de la protection des consommateurs, favorise le développement d'une culture du dialogue entre les parties et contribue à désengorger les juridictions. Il constitue ainsi un outil essentiel au service d'une justice plus accessible, d'une relation de confiance entre consommateurs et professionnels et d'une meilleure qualité des échanges économiques.

Le mot du Président

Toutefois, en dépit des garanties qu'elle offre en termes d'indépendance, d'impartialité, de gratuité et d'efficacité, la médiation de la consommation demeure encore insuffisamment connue des consommateurs.

Nombre d'entre eux ignorent les conditions dans lesquelles ils peuvent y recourir ou rencontrent des difficultés pour identifier le médiateur compétent. Par ailleurs, certaines modalités procédurales ou un manque d'information peuvent constituer des freins à son utilisation, alors même que ce dispositif a été conçu pour être facilement accessible.

Longtemps appréhendée principalement sous l'angle d'une obligation réglementaire, la médiation de la consommation apparaît désormais comme un véritable outil de gestion de la relation client et d'amélioration continue pour les entreprises.

En favorisant le règlement amiable des différends dans des délais maîtrisés, elle contribue à préserver la qualité de la relation avec les consommateurs, à renforcer leur confiance et à valoriser l'image de l'entreprise. Elle offre également aux professionnels l'opportunité d'identifier les causes récurrentes des litiges, d'adapter leurs pratiques et d'améliorer leurs processus internes grâce aux enseignements tirés des médiations.

Le mot du Président

Au-delà de sa fonction de règlement des litiges, la médiation de la consommation constitue ainsi un levier de performance et de différenciation. Les entreprises qui l'intègrent pleinement dans leur politique de relation client témoignent d'une volonté de privilégier le dialogue, la transparence et la recherche de solutions équilibrées, autant d'atouts de nature à renforcer durablement la confiance des consommateurs et leur compétitivité.

Anne Pillias-Perron

Présentation

CNPM MÉDIATION CONSOMMATION

Entité de médiation de la consommation agréée en tant que médiateur de la consommation par la **CECMC** (Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation) depuis le 1er juin 2018 regroupant un ensemble de médiateurs, spécifiquement formés au droit de la consommation.

Les médiateurs membres de CNPM MÉDIATION CONSOMMATION sont issus d'univers variés : assureurs, avocats, commissaires de justice, experts, ingénieurs, juristes, etc...

Organisation

CNPM MÉDIATION CONSOMMATION

SAS organisée autour de son Président.

Elle est composée d'un administrateur de la plateforme, en charge de l'affectation d'un médiateur pour chaque différend soumis par voie électronique ou par courrier, et d'une assistante administrative ainsi que de médiateurs compétents en matière de la médiation de la consommation et agréés par la CECMC.

Sommaire

- 01** Nombres de litiges & objet
- 02** Questions les plus fréquemment rencontrées & recommandations aux professionnels
- 03** Proportion de litiges refusés & évaluation en pourcentage des différents motifs de refus
- 04** Pourcentage des médiations interrompues et causes principales de cette interruption
- 05** Durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges
- 06** Médiations exécutées
- 07** Médiations menées à leur terme

01

Nombres de litiges & objet



2300

**Nouvelles
saisines en 2025**

Saisines traitées en 2025



Saisines reçues

par notre entité de médiation de la consommation en 2025



Stock initial – Saisines en cours au 1er janvier 2025

Il convient de rajouter aux saisines reçues en 2025 le stock initial, c'est à dire 119 saisines en cours au 1er janvier 2025.

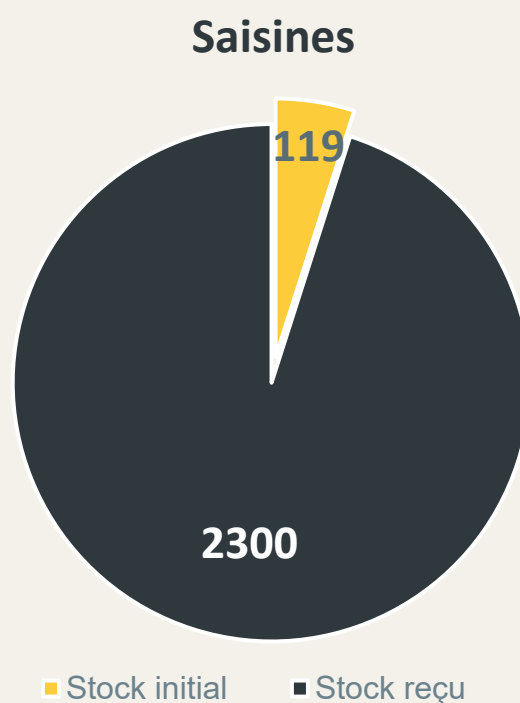


Stock final – Saisines en cours au 31 décembre 2025

Il y avait 113 saisines en cours au 31 décembre 2025.

* Professionnels ayant désigné une autre entité de médiation de la consommation

Traitement des saisines en 2025



Stock final 2025

**Saisines en cours au
31 décembre 2025**

113 dossiers étaient en cours
au 31 décembre 2025

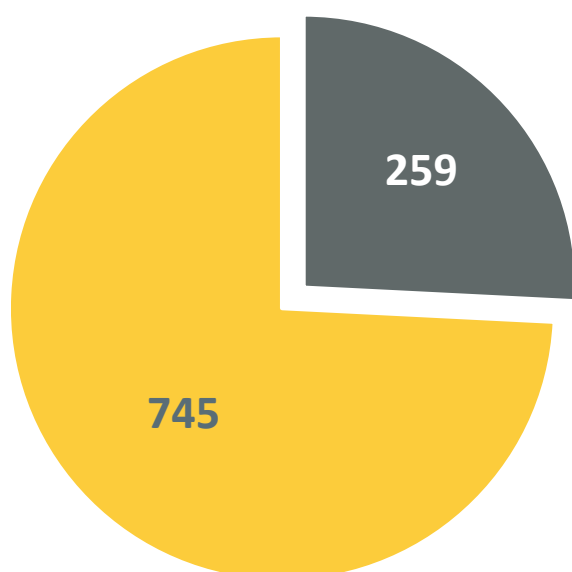


2 419

saisines ont effectivement été traitées en 2025 (Saisines en cours au 1^{er} janvier 2025 (119) + saisines reçues au cours de l'année 2025 (2 300))

Saisines irrecevables

Motifs d'irrecevabilité



Saisines hors champ de la médiation de la consommation (cf. articles L.611-3 & L.611-4 du Code de la consommation)



Saisines hors champ de la médiation de la consommation (cf. articles L.611-3 & L.611-4 du Code de la consommation)



Motifs d'irrecevabilité

Article L. 616-2 du Code de la consommation

Le consommateur ne justifie pas avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat

La demande est manifestement infondée ou abusive

Le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal

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 n'entre pas dans le champ de compétence du médiateur

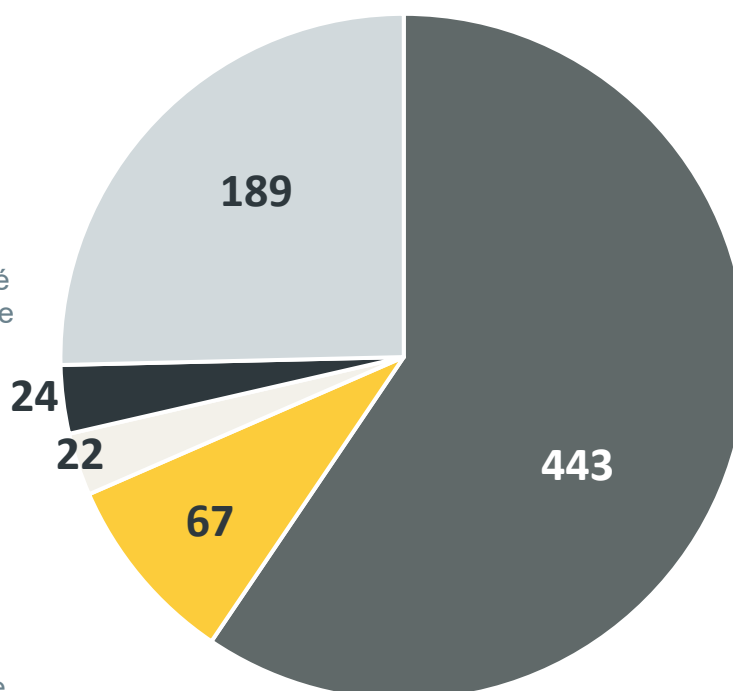
Les motifs d'irrecevabilité en 2025

- Le consommateur ne justifie pas avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat
- La demande est manifestement infondée ou abusive

- Le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal

- 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 n'entre pas dans le champ de compétence du médiateur



02

**Questions les plus fréquemment
rencontrées & recommandations
aux professionnels**

Les réclamations les plus fréquentes, s'appliquent à tous les secteurs et portent sur les points suivants – 1/3 :

- **Une information précontractuelle jugée insuffisante ou incomplète ;**
- **Le non-respect des engagements stipulés dans les contrats ;**
- **Un manque de lisibilité ou d'intelligibilité des clauses contractuelles ;**
- **Le non-respect des délais prévus contractuellement ou réglementairement ;**
- **Des réponses aux réclamations dépourvues de justification ou de fondement clair ;**

Les réclamations les plus fréquentes, s'appliquent à tous les secteurs et portent sur les points suivants –2/3 :

- **Des retards dans le traitement ou le versement des remboursements attendus ;**
- **Le non-respect du délai légal de rétractation ;**
- **L'inexécution totale ou partielle de la prestation contractuelle ;**
- **L'absence de livraison du produit :**
- **Des retards dans la livraison des biens commandés ;**

Les réclamations les plus fréquentes, s'appliquent à tous les secteurs et portent sur les points suivants – 3/3 :

- **La non-conformité des produits livrés par rapport à la commande ;**
- **L'existence de vices cachés affectant le bien.**

Recommandations

À titre liminaire, notre entité de médiation de la consommation souhaite rappeler aux professionnels adhérant à son dispositif qu'il est essentiel d'apporter une réponse à l'ensemble des sollicitations formulées par les consommateurs.

En effet, l'absence de réponse est susceptible d'accentuer le mécontentement des consommateurs et ne favorise ni l'instauration d'un climat de confiance ni le règlement apaisé des différends.

Recommandations

1. En 2025, à l'instar des années précédentes, les demandes de médiation de la consommation demeurent, pour une large part, la conséquence de difficultés de communication et d'incompréhensions entre consommateurs et professionnels. Elles trouvent également leur origine dans les difficultés rencontrées par les consommateurs pour obtenir des réponses à leurs interrogations dans le cadre de leurs échanges directs avec les professionnels, et ce malgré l'existence de dispositifs dédiés au traitement des réclamations.

Recommandations

Dans de nombreux cas en effet, le différend aurait pu être résolu en amont, sans recours au médiateur, si un dialogue effectif avait pu être instauré entre les parties. Le médiateur est ainsi fréquemment sollicité pour rétablir ce dialogue et apporter les explications ou les réponses qui n'ont pu être obtenues au stade des échanges préalables.

Recommandations

2. Il est fortement recommandé aux professionnels de privilégier un dialogue en amont avec les consommateurs, afin de les accompagner dans leurs démarches, de répondre à leurs interrogations et de favoriser une résolution précoce des difficultés, avant tout recours à la médiation.

Recommandations

3. Par ailleurs, les professionnels sont invités à orienter les consommateurs vers le médiateur de la consommation uniquement lorsque leur demande relève effectivement de son champ de compétence. Une saisine inappropriée du médiateur est susceptible de générer des démarches inutiles, de retarder le traitement de la demande et d'altérer la confiance des consommateurs, tant à l'égard du professionnel que du dispositif de médiation, notamment lorsque ces derniers se heurtent à des difficultés d'accès ou à l'impossibilité de produire les informations ou documents requis.

Recommandations

4. Enfin, il est rappelé que les professionnels ne peuvent mentionner une entité de médiation de la consommation que si celle-ci a été officiellement désignée conformément aux dispositions légales et réglementaires applicables.

Recommandations

5. En tout état de cause, les professionnels sont invités à intégrer une démarche pédagogique dans leurs pratiques, en particulier dans leurs échanges avec les consommateurs, afin de favoriser une meilleure compréhension des décisions prises et de renforcer la qualité de la relation qui les unit.

À cet égard, lorsqu'ils opposent un refus à une demande, il est recommandé qu'ils en exposent de manière claire et circonstanciée les motifs, en précisant, le cas échéant, les fondements juridiques, réglementaires et/ou contractuels sur lesquels leur décision repose.

Recommandations

6. Il est recommandé à certains professionnels de procéder à une révision de leur documentation contractuelle afin d'en améliorer la clarté, la lisibilité et la compréhension par les consommateurs.

Recommandations

7. Les professionnels sont également invités à vérifier et, le cas échéant, à actualiser les informations figurant sur leurs sites internet ainsi que sur l'ensemble de leurs supports de communication, notamment celles relatives au dispositif de médiation de la consommation, afin d'en garantir la conformité, l'accessibilité et la bonne compréhension.

Ces recommandations, qui ne présentent pas un caractère exhaustif, ont pour objectif de favoriser des relations plus transparentes et plus équilibrées entre consommateurs et professionnels, tout en tenant compte des contraintes et des stratégies propres à chaque entreprise.

03

**Proportion de litiges
refusés &
évaluation en
pourcentage des
différents motifs de
refus**

Saisines recevables

Elles sont au nombre de **999** (1997+119-113-259-745)

Parmi les **999** saisines déclarées recevables, **589** médiations n'ont pu être menées à terme, dont **547** en raison du refus des professionnels concernés de participer au processus de médiation.

Les professionnels qui refusent de recourir à la médiation ne motivent pas systématiquement leur décision.

S'agissant des mutuelles, la très grande majorité d'entre elles ont adopté une politique d'acceptation systématique des demandes de médiation relevant du champ de compétence du médiateur.

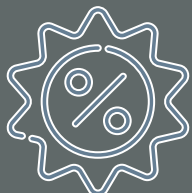
04

**Pourcentage des médiations
interrompues et causes
principales de cette interruption**

Motif de refus

Parmi les dossiers ayant donné lieu à un refus du professionnel d'entrer en médiation, plus de 50 % des refus sont accompagnés d'une justification communiquée par le professionnel (cf. infra).

Motif de refus



Gestes commerciaux

Les professionnels font valoir qu'ils ont déjà consenti des concessions importantes dans le cadre du traitement du litige et qu'ils n'entendent pas en accorder de supplémentaires.



Règlementation

Certains professionnels indiquent que leur activité est soumise à un cadre réglementaire spécifique auquel ils sont tenus de se conformer.



Gestion en direct de la demande de médiation

Dans certains cas, les professionnels justifient leur refus par leur volonté de privilégier un traitement direct du litige avec le consommateur concerné.



Demandes infondées

Certains professionnels indiquent que leur refus est motivé par les stipulations contractuelles applicables.

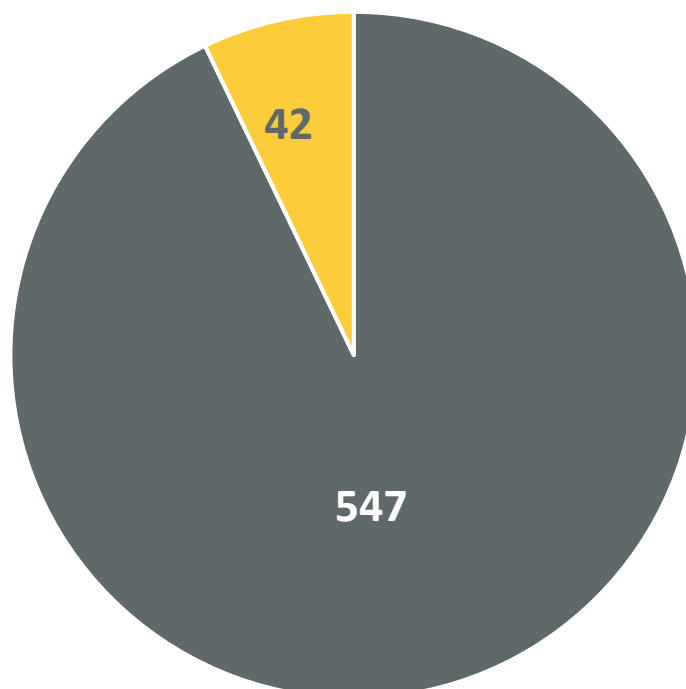
Secteurs concernés par les refus (liste non exhaustive)

A03 - Commerce non alimentaire généraliste ou spécialisé
A06 - Equipement de la personne
A07 - Equipement de la maison
B01 - Vente en ligne, vente à distance
C01 - Promotion, construction
C02 - Travaux d'architecte
C03 - Ingénierie, expertises
C04 - Transactions immobilières, administration de biens immobiliers
C05 - Gestion, vente de biens immobiliers
C06 - Facilitation pour valoriser la vente d'un bien immobilier
E03 - Installation et réparation d'équipements
E04 - Aménagement de l'habitat, travaux d'installation, de réparation, de rénovation et activités de décoration
E05 - Aménagement extérieur
G01 - Construction et/ou commerce de véhicules
G02 - Location longue durée (LDD), location avec option d'achat (LOA) de véhicules
G03 - Location de courte durée de véhicules : contrats spécifiques, autopartage, véhicules libre-service
G05 - Entretien et réparation de véhicules
G15 - Formation des conducteurs
H03 - Intermédiaires en opération de banque, de services de paiement et d'assurance
H06 - Mutuelles
I01 - Equipements informatiques et de communication
I02 - Réparation de produits électroniques grand public, dépannage informatique
J03 - Restauration
J04 -Organisation d'événements
K03 - Biens immobiliers saisonniers et temporaires
L01 - Biens culturels
L05 - Location d'articles de loisirs et de sport
L06 - Activités et manifestations sportives
L07 - Activités récréatives et de loisirs
L11 - Coffret-cadeau
M01 - Bricolage et équipements spécialisés
M04 - Jardinierie, animalerie
N03 - Matériels et dispositifs médicaux
N06 - Services de bien-être
N07 -Services à domicile
O01 - Etablissements privés d'enseignement
O02 - Enseignement à distance
O03 - Soutien scolaire
O05 - Formation pour adultes
Q03 - Développement personnel, activités d'assistance

Saisines recevables non menée à leur terme en 2025

■ Refus du professionnel d'entrée en médiation

■ Médiation infructueuse (Retrait de l'une des parties°)



05

**Durée moyenne
nécessaire à la
résolution des
litiges**

Conformément à l'article R. 612-5 du Code de la consommation, le médiateur dispose d'un délai de 90 jours à compter de la notification de la recevabilité de la demande.

Si le litige est complexe, le médiateur peut prolonger ce délai. Dans ce cas il en avise immédiatement les parties. Ce délai peut être prolongé par le médiateur, à tout moment du processus, en cas de litige complexe. Dans ce cas, le médiateur en informe les parties.

Délai moyen entre les décisions relatives à la recevabilité des demandes et la fin de la médiation (en nombre de jours) en 2025

Jours

58,51

Évolution

2022



81,02 jours

2023



84,03 jours

2024



68 jours

Délai moyen de traitement des dossiers

Le délai moyen de traitement des dossiers est passé de 68 jours en 2024 à 58,51 jours, grâce aux relances effectuées par les médiateurs auprès des professionnels afin d'obtenir la transmission des pièces justificatives ainsi que leur position ou leur synthèse dans le cadre des dossiers de médiation.





06

Médiations exécutées





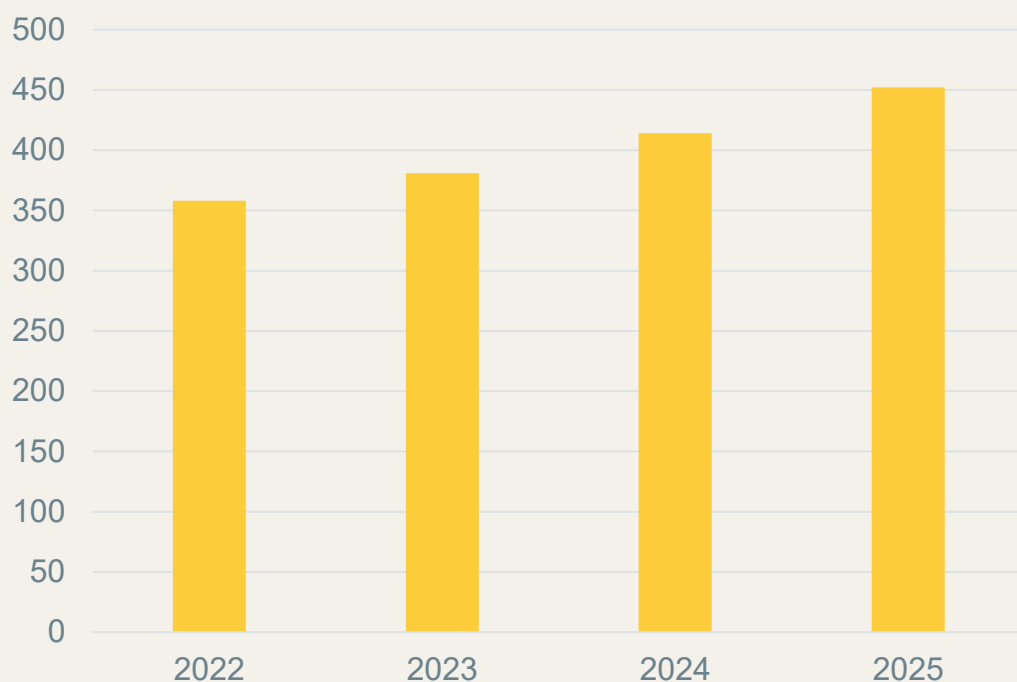
Aux termes de l'article R614-2 alinéa 6 du Code de la consommation, le médiateur met également à la disposition du public sur son site internet ou communique sur demande son rapport annuel d'activité comprenant les informations suivantes, s'il est connu, le pourcentage des médiations qui sont exécutées.

Aucune information relative à des médiations non exécutées ne nous a été remontée au titre de l'année 2025.

07

**Médiations menées
à leur terme**

Nombre de médiations menées à leur terme



Médiations menées à leur terme

2025

Accord entre les parties sans
formulation d'une proposition du
médiateur

175

452

Propositions du médiateur
acceptées par les parties

64

Propositions du médiateur
refusées par les parties

171

Propositions du médiateur refusées par l'une des parties

82%
Refus du
consommateur

18 %
Refus du
professionnel



**Total refus :
171**



CHARTE DE LA MÉDIATION

**Notre chartre de
la médiation de
la
consommation
est disponible
sur notre site ou
en cliquant [ici](#)**

Propos conclusifs



Le présent rapport d'activité met en lumière les avancées significatives ainsi que les défis persistants du dispositif de médiation de la consommation.

Il confirme le rôle essentiel de la médiation de la consommation dans le règlement amiable des litiges, en proposant des solutions efficaces, apaisées et, dans de nombreux cas, rapides aux différends opposant consommateurs et professionnels. Véritable alternative à la voie judiciaire, elle contribue également à renforcer la confiance des consommateurs dans les mécanismes de règlement des litiges.

Toutefois, en dépit d'un cadre juridique désormais bien établi et d'une structuration croissante du dispositif, plusieurs difficultés persistent. La méconnaissance de la médiation de la consommation par une partie des consommateurs, le refus encore trop fréquent de certains professionnels de s'engager dans ce processus, ainsi que le manque de transparence entourant les motifs de ces refus constituent autant de freins à son plein développement.

Dans ce contexte, il apparaît indispensable de poursuivre les actions de sensibilisation, de renforcer l'accessibilité du dispositif et d'accroître la responsabilisation des acteurs économiques. Une médiation de la consommation plus visible, plus systématiquement proposée et pleinement intégrée aux pratiques des entreprises contribuerait non seulement à une meilleure protection des consommateurs, mais également à l'amélioration de la qualité de la relation client. Elle constituerait ainsi un véritable levier de confiance, de performance et de fidélisation.

L'année 2025 a été marquée par une étape importante dans l'évolution du cadre européen de la médiation de la consommation avec l'adoption de la directive (UE) 2025/2647, qui modernise la directive 2013/11/UE relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

Cette réforme traduit la volonté du législateur européen d'adapter le dispositif de règlement extrajudiciaire des litiges aux profondes évolutions des pratiques de consommation, en particulier celles liées à la numérisation des échanges, au développement du commerce en ligne et à l'internationalisation des relations entre consommateurs et professionnels.

Le nouveau texte poursuit plusieurs objectifs structurants. Il vise à améliorer l'accès des consommateurs aux dispositifs de règlement extrajudiciaire des litiges, à renforcer leur efficacité et leur attractivité, à simplifier certaines obligations pesant sur les entités de règlement des litiges et les professionnels, tout en garantissant un niveau élevé de qualité, d'indépendance, d'impartialité et de transparence. Il tient également compte de l'évolution des modes de consommation et de l'émergence de nouveaux types de litiges, afin que le dispositif demeure adapté aux réalités économiques contemporaines.

Les travaux de transposition de cette directive en droit interne constitueront une étape déterminante pour l'évolution de la médiation de la consommation en France.

Dans ce contexte de profonde évolution du cadre de la médiation de la consommation, notre nouvelle dénomination sociale, Médiation Consommation Développement, à compter du 1er janvier 2026, reflète notre ambition d'accompagner les transformations du secteur et de contribuer activement à son développement.

Centre d’Affaires Stéphanois
Immeuble l’Horizon – Esplanade de France
3 rue J. Constant Milleret
42000 SAINT-ÉTIENNE
Tél : 04 77 42 10 58

CNPMÉDIATION
CONSOMMATION

Crédits :

Cette présentation a été réalisée à l’aide de Slidesgo

Icones : Flaticon

Images : Freepik, Pixabay & Unsplash