

AFFICHAGE DES TARIF ET MÉDIATEUR A LA CONSOMMATION, LA MISE EN APPLICATION EFFECTIVE DE DISPOSITIFS EXISTANTS

LE MÉDIATEUR À LA CONSOMMATION, POURQUOI, COMMENT ?



<https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso/vous-etes-professionnel>

POURQUOI ?

Ce dispositif existe dans les textes depuis 2016, dans les faits il n'est quasiment pas mis en œuvre.

Mais en depuis 2022 la DGCCRF (Direction Régionale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes) a annoncé une campagne massive de contrôle :


Elle a déjà commencé les contrôles de terrain avec « rappel à la loi » et sanction en cas de manquement.


L'amende est de **3000€** pour le professionnel personne physique et de **15000€** pour les personnes morales (sociétés, bureaux, écoles...)

Donc soyons clair, pour éviter une sanction il vous faut un médiateur tout simplement parce que le Code de la Consommation vous l'impose.

COMMENT ?

La liste des médiateurs référencés par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC) est consultable sur le site internet du ministère de l'économie à l'adresse suivante : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso>

 Vous devez adhérer chez l'un d'entre eux, payer votre adhésion et communiquer « de manière visible et lisible » le nom et les coordonnées de votre médiateur en informant le consommateur de la possibilité de le saisir, en cas de litige,

 sur votre site internet, si vous disposez d'un tel support,

sur vos conditions générales de vente ou de service,

sur vos bons de commande,

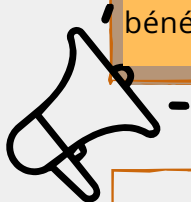
par tout autre moyen approprié, en l'absence de tels supports.

Vous ne pouvez pas, de votre seule initiative, mentionner un médiateur si vous n'avez pas conclu de convention avec lui ou **si vous n'avez pas pris contact avec votre syndicat pour connaître et accepter les conditions de recours à son médiateur.**

La convention est signée pour 3 ans. Le professionnel paye l'adhésion pour pouvoir mentionner le nom de son médiateur même si aucune action n'est engagée.

Les syndicats SNAM-SNGM-SNMCF-SNMVL-SIMS-SNAPEC

ont mis en place une convention avec un médiateur et seront en mesure de vous communiquer la marche à suivre pour bénéficier du service.



ET EN PRATIQUE ? LE PROCESSUS DE MÉDIATION

-Ne concerne que vos relations avec vos clients particuliers/individuels (ce processus ne s'applique pas aux relations entre professionnels)

-S'enclenche uniquement et impérativement si vous n'avez pas réussi à régler la situation en direct avec lui dans une première phase de négociations, suite à une réclamation écrite du client, et ce dans un délai de moins d'un an.

Alors le client pourra saisir votre médiateur qui ouvrira un dossier (à vos frais) et qui prendra en charge une médiation sur la réclamation du client.

Le client devra lors de la saisine exposer la situation et expliquer les démarches engagées pour une tentative de règlement en direct.

Le médiateur qui aura vérifié les conditions de saisine pourra alors ouvrir un dossier et entamer le processus de médiation.

Il est important de savoir que le Médiateur n'est pas un avocat ou un juge, c'est *un professionnel formé à la résolution de différends par la mise en œuvre de processus axés sur la qualité relationnelle.*

Les parties sont accompagnées pour trouver une solution pour régler le litige, à défaut le Médiateur proposera sa solution, que les parties sont libres d'accepter ou non.

Le fait de participer à une démarche de médiation n'exclut pas la possibilité d'un recours devant une juridiction.

CONDITIONS

Le client est un particulier, vous êtes un professionnel signataire chez lui, la tentative en direct a échoué, la demande ne doit pas être infondée ou abusive, le client ne doit pas avoir déjà engagé de procédure devant un autre médiateur ou devant un tribunal

Au-delà donc du simple respect des textes, et d'éviter une amende l'idée est de mettre en avant auprès de vos clients une information rassurante sur une proposition de solution en cas de réclamation de leur part.

Cela vous positionne comme un « professionnel responsable » et véhicule une image de sérieux.

D'autre part, en cas d'une situation qui se compliquerait il est rassurant aussi pour vous de savoir qu'une tierce personne, formée, pourra prendre le relais pour essayer de régler la situation avant une éventuelle procédure judiciaire.

L'AFFICHAGE DES PRIX



<https://www.economie.gouv.fr/entreprises/obligations-affichage-prix>

L'information sur les prix est obligatoire quelles que soient les formes de vente en magasin, à distance (correspondance, internet), hors établissement commercial (à domicile, dans les lieux inhabituels de vente, etc.).

Le professionnel a l'obligation d'informer le consommateur avant la conclusion du contrat de vente. Le consommateur doit être en mesure de connaître le prix qu'il aura à payer sans être obligé de le demander. Le professionnel peut procéder par voie de marquage, étiquetage, affichage ou par tout autre procédé approprié.

Le prix de toute prestation de services doit faire l'objet d'un affichage dans les lieux où la prestation est proposée au public (article 13 de l'arrêté du 3 décembre 1987 modifié). Cet affichage consiste en l'indication sur un document unique de la liste des prestations et de leur prix.

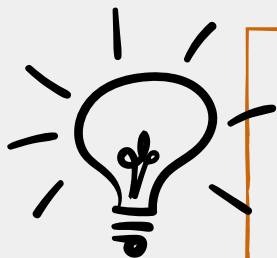
Ce document doit être parfaitement lisible de l'endroit où la clientèle est habituellement reçue, en faisant une distinction, le cas échéant, avec des possibles majorations de prix correspondant à des prestations supplémentaires ou spécifiques.

Il est toléré à titre exceptionnel que l'affichage soit remplacé par un catalogue mis à disposition du public sur les lieux d'accueil lorsqu'il y a un nombre important de prestations. Le prix affiché doit être lisible soit de l'extérieur, soit de l'intérieur, selon le lieu.

Pour les ventes hors établissement (domicile, travail, etc.) et à distance (catalogues, téléachat, Internet, etc.), l'information sur le prix doit être donnée sur papier ou, avec l'accord du client, sur tout autre support durable (articles L. 221-8 et L. 221-11 du code de la consommation).

Constitue un support durable "tout instrument permettant au consommateur ou au professionnel de stocker des informations qui lui sont adressées personnellement afin de pouvoir s'y reporter ultérieurement pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont destinées et qui permet la reproduction à l'identique des informations stockées" (article L. 221-1 (3°) du code de la consommation).

Ainsi un papier, une clé USB, ou encore un mail peuvent être utilisés par le professionnel pour transmettre l'information.



Si vous avez un doute concernant la mise en place de votre affichage des prix, il vous est désormais possible de faire une demande de "rescrit consommation" auprès de l'administration.

Pour ce faire, complétez le **Cerfa N° 15787*01** et envoyez-le accompagné d'une photo de votre affichage à la DIRECCTE

Vous recevrez un accusé de réception dans les 10 jours ouvrés. L'administration se prononcera sur l'adéquation, ou non, de votre pratique avec la réglementation en vigueur. Si votre demande est rejetée vous pourrez solliciter son réexamen, selon les mêmes modalités que votre demande initiale.

BON À SAVOIR

Les prix trop élevés peuvent-ils être contestés ?

L'exagération du prix n'est pas, en elle-même, constitutive d'une faute. Le professionnel est en effet libre de pratiquer les prix qu'il souhaite. Bien qu'en principe les professionnels tiennent compte des lois (économiques) du marché dans la fixation du prix, si vous acceptez le prix annoncé, vous devez le payer, même s'il vous paraît élevé.

L'annonce de réduction doit demeurer loyale

L'annonce de réduction de prix ne doit pas constituer une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L. 121-1 du code de la consommation (article 1 du même arrêté). Par exemple, le professionnel ne peut pas gonfler artificiellement ses prix avant de proposer une réduction pour vous laisser penser que vous avez fait une bonne affaire. Ce comportement est susceptible d'être sanctionné sous l'angle des pratiques commerciales trompeuses (articles L. 121-2 à L. 121-5 du code de la consommation). De même, il est interdit à un professionnel de proposer une réduction sur un produit afin d'attirer les consommateurs, en vue de les rediriger vers d'autres produits plus chers : il s'agit d'une pratique dite de "prix d'appel".