

LA MEDIATION DE LA CONSOMMATION

Le Règlement Extrajudiciaire des Litiges de Consommation

Jean-François CARLOT

Docteur en Droit - Avocat Honoraire – Spécialiste en Droit Economique

Table des matières

I- LE DOMAINE DE LA MEDIATION DE LA CONSOMMATION.....	2
II- PROCESSUS DE MEDIATION DES LITIGES DE CONSOMMATION.....	4
A- Principe : Accès et information du consommateur.....	4
B- Recours financé par le professionnel.....	5
C- Recours garanti par le professionnel (L 612-1).....	6
III- L'ENCADREMENT DU PROCESSUS DE RELC.....	6
A- Le rôle de la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECM).....	6
B- Le statut du Médiateur de la Consommation Article (L613-1).....	7
1. Conditions de base.....	7
2. Conditions supplémentaires (Article L613-2 C.Conso.).....	8
3. Les obligations du médiateur.....	8
4. Modalités d'inscription du Médiateur (R614-3).....	9
IV- LES CONDITIONS DE RECOURS AU MEDIEUR DE LA CONSOMMATION.....	10
V- LE DEROULEMENT DE LA MEDIATION DE CONSOMMATION.....	10
A- Liberté d'assistance des parties.....	10
B- Notification de la saisine du Médiateur.....	10
C- Communication du dossier par le Médiateur.....	11
D- Rôle de médiation du médiateur.....	11
E- Avis du médiateur.....	11
F- Principe de confidentialité.....	11
G- Issue de la Médiation.....	12
VI- OBLIGATIONS DE COMMUNICATION DU MEDIEUR DE LA CONSOMMATION. .	12
A- Indications relatives au Médiateur (R614-1).....	12
B- Communication d'un rapport annuel d'activité (R614-2)	12
C- Information périodique nécessaire à l'évaluation de son activité (R614-4).....	13

I- LE DOMAINE DE LA MEDIATION DE LA CONSOMMATION

Le terme de **Réglement Extrajudiciaire des Litiges (REL)** est plus approprié que celui de "**Médiation**", ce dernier étant de nature à opérer des confusions entre plusieurs notions voisines, mais différentes du processus de Médiation de la Consommation : Médiation conventionnelle, Médiation Judiciaire...)

Il existe depuis longtemps des médiateurs formé par des organismes réputés, mais dont les règles étaient disparates, et les niveaux d'exigence divers.

La plupart étaient regroupés dans le **Club des Médiateurs de Services au public** :

- Le Médiateur de la région Ile-de-France
- Le Médiateur de l'Autorité des marchés financiers
- Le Médiateur de l'Association Française des Sociétés Financières
- Le Médiateur de l'Assurance
- Le Médiateur auprès de BNP Paribas pour la clientèle des particuliers
- La Médiatrice du groupe Caisse des Dépôts
- Le Médiateur des Communications Electroniques
- Le Médiateur de l'Eau
- Le Médiateur du groupe EDF
- Le Médiateur de l'Education Nationale et de l'Enseignement Supérieur
- Le Médiateur des entreprises
- Le Médiateur de l'information de France 2
- Le Médiateur des rédactions de France 3
- Le Médiateur des programmes de France Télévisions
- Le Médiateur du Groupe ENGIE (le Groupe GDF SUEZ devient le Groupe ENGIE)
- Le Médiateur du groupe La Poste, Le Médiateur de La Banque Postale
- Le Médiateur des ministères économiques et financiers
- Le Médiateur de la Mutualité Sociale Agricole
- Le Médiateur National de l'Energie
- La Médiatrice de Paris Habitat – OPH
- Le Médiateur National de Pôle Emploi
- La Médiatrice de la RATP
- Le Médiateur SNCF Mobilités
- Le Médiateur Tourisme et Voyage
- Le Médiateur de la Ville de Paris

Des 2011, la commission européenne a adopté une proposition de directive sur le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, dites **alternatives dispute resolution** (ADR) et une proposition de règlement sur la mise en place d'une plateforme de règlement des litiges en ligne dit **Online Dispute Resolution** (ODR)

Ces textes ont fait l'objet de la **directive 2013/11/UE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de**

consommation (dite "Directive RELC").

La transposition de cette directive devait intervenir avant le 9 juillet 2015.

Le Parlement a autorisé le gouvernement à transposer cette directive par voie d'ordonnance.

Ces dans ces conditions qu'a été **adoptée le 20 août 2015 l'ordonnance numéro 2000 15 033 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.**

Cette ordonnance a fait l'objet de deux décrets d'application :

Le premier daté du **30 octobre 2015** et le second du **7 décembre 2015**, lesquels ont fait l'objet de la nouvelle codification du code de la consommation issue de l'ordonnance du 14 mars 2016.

La Directive du 21 Mars 2013 a encadré ce processus de Médiation et créé un **statut de médiateur de la consommation**, sous le contrôle d'une autorité nationale d'uniformisation : La Commission d'Evaluation et de contrôle de la Médiation de la Consommation (**CECMC**).

La médiation de la consommation s'applique à un litige national ou transfrontalier entre un consommateur et un professionnel (L 611-1 Cconso)

Elle s'applique à un **litige de nature contractuelle** entre un **consommateur** et un **professionnel** portant sur l'exécution d'un **contrat de vente** ou de **fourniture de services**.

La médiation des litiges de la consommation **ne s'applique pas** : (Article L611-3)

- 1° Aux litiges entre professionnels ;
- 2° Aux réclamations portées par le consommateur auprès du service clientèle du professionnel ;
- 3° Aux négociations directes entre le consommateur et le professionnel ;
- 4° Aux tentatives de conciliation ou de médiation ordonnées par un tribunal saisi du litige de consommation ;
- 5° Aux procédures introduites par un professionnel contre un consommateur.

Ne sont pas considérés comme des litiges de consommation, les litiges concernant :

- 1° Les services d'intérêt général non économiques ;
- 2° Les services de santé fournis par des professionnels de la santé aux patients pour évaluer, maintenir ou rétablir leur état de santé, y compris la prescription, l'administration et la fourniture de médicaments et de dispositifs médicaux ;
- 3° Les prestataires publics de l'enseignement supérieur.

Elle vise l'Article 21 de la Loi n° 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et à la procédure civile, pénale et administrative selon laquelle :

la "médiation" s'entend de tout processus structuré, quelle qu'en soit la dénomination, par lequel deux ou plusieurs parties tentent de parvenir à un accord en vue de la résolution amiable de leurs différends, avec l'aide d'un tiers, le médiateur, choisi par elles ou désigné, avec leur accord, par le juge saisi du litige.

La médiation des litiges de consommation est soumise à **l'obligation de confidentialité** prévue par l'article 21-3 de la loi n° 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et de la procédure civile, pénale et administrative. (Article L612-3 C.Conso).

II- PROCESSUS DE MEDIATION DES LITIGES DE CONSOMMATION

A- PRINCIPE : ACCÈS ET INFORMATION DU CONSOMMATEUR

Tout consommateur a le droit de recourir à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel.

Mais :

Est interdite toute clause ou convention obligeant le consommateur, en cas de litige, à recourir obligatoirement à une médiation préalable à la saisine du juge. (L 612-4 C.Conso)

Rappelons toutefois que par application des articles 56 et 58 du code de procédure civile tout professionnel ou tout consommateur qui entame une procédure judiciaire devra préciser les diligences entreprises en vue de parvenir à une résolution amiable du litige...

Tout professionnel **communique au consommateur les coordonnées du ou des médiateurs compétents** dont il relève.

Le professionnel est également tenu de fournir cette même information au consommateur, **dès lors qu'un litige n'a pas pu être réglé dans le cadre d'une réclamation préalable** directement introduite auprès de ses services. (Article L616-1)

Elle doit être aisément accessible par voie électronique ou par courrier simple à toutes les parties, consommateur ou professionnel. (Art. R 612-1 C.Conso.)

Le professionnel communique au consommateur les coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont il relève, en inscrivant ces **informations de**

manière visible et lisible sur son site internet, sur ses conditions générales de vente ou de service, sur ses bons de commande ou, en l'absence de tels supports, par tout autre moyen approprié. Il y mentionne également l'adresse du site internet du ou de ces médiateurs. (Article R616-1)

Rappel : Article liminaire du Code de la Consommation :

On entend par :

- **consommateur** : toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole ;
- **non-professionnel** : toute personne morale qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole ;

C'est ainsi que certaines dispositions du Code de la consommation protègent non seulement le « consommateur » mais aussi le « non-professionnel ». C'est le cas, notamment de la réglementation permettant la suppression des clauses abusives ou de celle mettant à la charge du professionnel prestataire de services l'obligation d'informer son cocontractant sur les conditions de renouvellement du contrat de services tacitement reconductible.

La loi Hamon du 17 mars 2014 a défini le consommateur, mais pas le non-professionnel.

L'ordonnance du 14 mars 2016 qui recodifie la partie législative du Code de la consommation complète cette lacune.

Cette définition est différente de celle jusqu'alors retenue par les tribunaux pour qui le non-professionnel est la personne physique ou morale qui conclut un contrat de fourniture de biens ou de services n'ayant pas de rapport direct avec l'activité professionnelle qu'elle exerce (Cass. 1e civ. 24-1-1995 n° 92-18.227 : Bull. civ. I n° 54 ; Cass. 1e civ. 25-11-2015 n° 14-20.760 : RJDA 2/16 n° 107). Est par exemple considéré comme un non-professionnel l'exploitant d'un salon de coiffure ayant conclu un contrat de télésurveillance (CA Amiens 6-4-2006 n° 05-92 : RJDA 1/07 n° 104).

- **professionnel** : toute personne physique ou morale, publique ou privée, qui agit à des fins entrant dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole, y compris lorsqu'elle agit au nom ou pour le compte d'un autre professionnel.

B-RECOURS FINANCÉ PAR LE PROFESSIONNEL

Ce recours est gratuit pour le consommateur, c'est à dire qu'il est financé par le professionnel.

Toutefois, le consommateur pourra être amené à supporter les frais : (R 612-1)

1. de son avocat
2. de l'Expert dont il aura demandé la désignation, sauf partage par moitié avec

le professionnel

3. s'il refuse le médiateur proposé par le professionnel et lui demande de recourir à un autre médiateur.

C-RECOURS GARANTI PAR LE PROFESSIONNEL (L 612-1)

Le professionnel peut mettre en place son propre dispositif de médiation de la consommation ou proposer au consommateur le recours à tout autre médiateur de la consommation répondant aux exigences du présent titre.

On distingue notamment :

- **Médiation conventionnelle**
- **Médiation sectorielle** : Sa compétence s'étend à l'ensemble des entreprises d'un domaine d'activité économique.
- **Médiation d'entreprise** : Lorsqu'il existe un médiateur de la consommation dont la compétence s'étend à l'ensemble des entreprises d'un domaine d'activité économique dont il relève, le professionnel permet toujours au consommateur d'y recourir : (Art. 612-3 al.3)
- Lorsqu'un **médiateur public** est compétent pour procéder à la médiation d'un litige de consommation, ce litige ne peut donner lieu à d'autres procédures de médiation conventionnelle, sauf exceptions ou accord de répartition avec d'autres médiateurs intervenant dans son secteur . (L612-5 C.Conso).

Le Médiateur public est défini par l'article L 611-1 : ***médiateur désigné par une autorité publique dans les conditions fixées par la loi, laquelle détermine également son statut, son champ de compétences dans le domaine des litiges prévus au présent titre et ses modalités d'intervention.***

- Médiateur National de l'Energie
- Médiateur de l'Autorité des Marchés financiers

Hors le Médiateur de l'Autorité des Marchés financiers, les Médiateurs publics sont en principe "prioritaire" sur les autres, notamment d'entreprise.

III- L'ENCADREMENT DU PROCESSUS DE RELC

A-LE RÔLE DE LA COMMISSION D'ÉVALUATION ET DE CONTRÔLE DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION (CECM)

La Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (**CECM**) a été créée par l'ordonnance n° 2015-1033 du 20

août 2015.

Elle a pour mission :

1. **d'établir et de mettre à jour la liste des médiateurs**, y compris les médiateurs publics, qui satisfont aux exigences de qualité » (définies par les articles L. 613-1 et suivants du code de la consommation),
2. De procéder à la **notification des médiateurs inscrits sur ladite liste auprès de la Commission européenne** »,
Elle lui précise que ces derniers satisfont aux exigences de qualité et remplissent les conditions nécessaires (Article R615-6)
3. **D'évaluer leur activité de médiation et d'en contrôler la régularité** » (article L. 615-1 du code de la consommation).

Si un médiateur ne satisfait pas aux conditions, la CECM peut refuser son inscription sur la liste.

S'il est déjà inscrit et qu'il ne répond plus à ces conditions ou ne respecte pas les obligations lui incombant, la commission peut décider du retrait de l'intéressé de cette liste. (Article L615-2)

La commission peut être saisie par le ministre chargé de l'économie, par le ministre chargé de la consommation, par l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution, par les associations de défense des consommateurs agréées ou par les organisations professionnelles de toute pratique de médiation ou de toute condition d'exercice de l'activité de médiateur considérée comme contraire aux dispositions du présent titre.

Elle peut également se saisir d'office.

La commission rend son avis dans un délai maximal de trois mois à compter de sa saisine. (Article L615-3)

B-LE STATUT DU MÉDIATEUR DE LA CONSOMMATION ARTICLE (L613-1)

1. Conditions de base

1. Le médiateur de la consommation accomplit sa mission avec **diligence et compétence**, en toute **indépendance et impartialité**, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable.
2. Il établit chaque année un rapport sur son activité.
3. Il satisfait aux conditions suivantes :
 - 1° Posséder des **aptitudes dans le domaine de la médiation** ainsi que de **bonnes connaissances juridiques**, notamment dans le domaine de la consommation ;
 - 2° Etre **nommé pour une durée minimale de trois années** ;
 - 3° Etre **rémunéré sans considération du résultat** de la médiation ;

4° **Ne pas être en situation de conflit d'intérêts** et le cas échéant le signaler.

5° Il est **inscrit sur la liste des médiateurs notifiée à la Commission européenne.**

2. Conditions supplémentaires (Article L613-2 C.Conso.)

Lorsqu'il est **employé ou rémunéré exclusivement par le professionnel**, le médiateur de la consommation satisfait aux conditions supplémentaires suivantes :

1° Il est **désigné, selon une procédure transparente**, par un organe collégial mis en place par l'entreprise, comprenant des représentants d'associations de défense des consommateurs agréées et des représentants du professionnel, ou relevant d'une instance nationale consultative dans le domaine de la consommation ou propre à un secteur d'activité dans des conditions fixées par décret ;

2° A l'issue de son mandat, **le médiateur a l'interdiction de travailler pendant au moins trois ans pour le professionnel qui l'a employé ou pour la fédération à laquelle ce professionnel est affilié ;**

3° **Aucun lien hiérarchique ou fonctionnel entre le professionnel et le médiateur ne peut exister pendant l'exercice de sa mission de médiation.**

Le médiateur est clairement séparé des organes opérationnels du professionnel et dispose d'un budget distinct et suffisant pour l'exécution de ses missions.

Le médiateur de la consommation **informe sans délai les parties de la survenance de toute circonstance susceptible d'affecter son indépendance, son impartialité ou de nature à créer un conflit d'intérêts ainsi que de leur droit de s'opposer à la poursuite de sa mission.**

Si l'une des parties refuse en conséquence de poursuivre la médiation, il est mis fin à la mission du médiateur.

Lorsque le médiateur est une personne morale, il est pourvu au remplacement de la personne physique chargée d'accomplir la mission de médiation. (Article R613-1)

Le médiateur ne peut recevoir aucune instruction des parties.

3. Les obligations du médiateur

1. Tout médiateur de la consommation met en place un **site internet consacré à la médiation et fournissant un accès direct aux informations relatives au processus de médiation.**

Ce site permet aux consommateurs de **déposer en ligne** une demande de médiation accompagnée des documents justificatifs.

Sur demande, ces informations peuvent être mises à disposition sur un autre support durable. (Article L614-1)

2. Le médiateur fournit sur son site internet un **lien électronique vers la plate-forme européenne de résolution en ligne des litiges**. (Article L614-2)
3. Les parties doivent toujours avoir la **possibilité de recourir à la médiation par voie postale**. (Article L614-3)
4. La liste des informations mentionnée à l'article L. 614-1 et le rapport annuel mentionné à l'article L. 613-1 sont **mis à la disposition du public** et communiqués par le médiateur, (Article L614-4)
5. Le médiateur de la consommation communique à la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation mentionnée à l'article L. 615-1 les **informations relatives à ses compétences, son organisation et son activité**. (Article L614-5)

4. Modalités d'inscription du Médiateur (R614-3)

Toute personne physique ou morale qui souhaite être inscrite sur la liste des médiateurs communique à la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation :

1° Ses coordonnées et l'adresse de son site internet ;

2° Une déclaration de motivation justifiant sa désignation comme médiateur de la consommation ;

3° Les informations sur sa structure et les modalités de financement de son activité de médiateur de la consommation, le cas échéant les frais de sa prestation facturés au professionnel, ainsi que, lorsqu'il existe une entité regroupant plusieurs médiateurs, les modalités de financement de cette entité, le niveau de rémunération et la durée du mandat de chacun d'entre eux ;

4° Une description du déroulement interne de la médiation.

Le médiateur notifie sans délai à la commission toute modification de ces informations.

IV- LES CONDITIONS DE RECOURS AU MEDIATEUR DE LA CONSOMMATION

Article L612-2 C. Conso :

1° **Le consommateur doit justifier avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite.**

2° **La demande ne doit pas être manifestement infondée ou abusive ;**

3° **Le litige ne doit pas avoir été précédemment examiné ou être en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal ;**

4° **La demande du consommateur auprès du médiateur doit être introduite dans un délai inférieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel.**

5° **Le litige doit entrer dans le champ de compétence du médiateur**

A réception du dossier, le médiateur doit vérifier si les conditions de "recevabilité" précitées sont remplies, et doit informer le cas échéant le consommateur du rejet de sa demande dans un délai de trois semaines.

V- LE DEROULEMENT DE LA MEDIATION DE CONSOMMATION

A- LIBERTÉ D'ASSISTANCE DES PARTIES

Les parties ont la faculté, à leur charge, de se faire **représenter par un avocat** ou de se faire **assister par toute personne de leur choix** à tous les stades de la médiation ;

Chaque partie peut également solliciter l'**avis d'un expert**, dont les frais sont à sa charge. En cas de demande conjointe d'expertise, les frais sont partagés entre les parties. (Article R612-1)

B- NOTIFICATION DE LA SAISINE DU MÉDIATEUR

Dès réception des documents sur lesquels est fondée la demande du consommateur, le médiateur de la consommation **notifie aux parties par voie électronique ou par courrier simple sa saisine.**

Cette notification rappelle aux parties qu'elles peuvent à tout moment se retirer du processus. (Article R612-2)

C-COMMUNICATION DU DOSSIER PAR LE MÉDIATEUR

Le médiateur communique, à la demande de l'une des parties, **tout ou partie des pièces du dossier**.

La procédure n'est donc pas vraiment contradictoire au sens de l'article 16 du CPC...

D-RÔLE DE MÉDIATION DU MÉDIATEUR

Le médiateur peut recevoir les parties ensemble ou séparément.

Mais il examinera essentiellement les arguments et les pièces produites par les parties : **Examen sur dossier**

E-AVIS DU MÉDIATEUR

A défaut d'accord amiable entre elles, le médiateur **propose une solution** aux parties pour régler le litige : avis ou recommandation. (Article R612-3)

En faisant connaître aux parties la solution qu'il propose, le médiateur leur rappelle, par courrier simple ou par voie électronique :

- 1° Qu'elles sont libres d'accepter ou de refuser sa proposition de solution ;
- 2° Que la participation à la médiation n'exclut pas la possibilité d'un recours devant une juridiction ;
- 3° Que la solution peut être différente de la décision qui serait rendue par un juge.

Le médiateur précise également quels sont les **effets juridiques de l'acceptation de la proposition de solution et fixe un délai d'acceptation ou de refus de celle-ci**. (Article R612-4)

F- PRINCIPE DE CONFIDENTIALITÉ

A noter que toutes les discussions, et les échanges intervenus devant le Médiateur de la Consommation, ainsi que l'avis ou les recommandations du médiateurs ont un caractère confidentiel, de sorte qu'ils ne peuvent en aucun cas être invoqués, notamment dans une procédure judiciaire ultérieure.

Toutefois, il n'existe aucune sanction quant à la violation de cette obligation de confidentialité, notamment pour le consommateur qui "glissera " un avis favorable du médiateur dans son dossier...

G-ISSUE DE LA MÉDIATION

L'issue de la médiation intervient, au plus tard, dans un **délai de quatre-vingt-dix jours** à compter de la date de la notification de sa saisine.

Le médiateur peut prolonger ce délai, à tout moment, en cas de litige complexe. Il en avise immédiatement les parties. (Article R612-5)

VI-OBLIGATIONS DE COMMUNICATION DU MEDiateur DE LA CONSOMMATION

A-INDICATIONS RELATIVES AU MÉDIATEUR (R614-1)

Le site internet du médiateur de la consommation comprend les informations suivantes :

- 1° Les adresses postale et électronique du médiateur ;
- 2° La mention de son inscription sur la liste des médiateurs établie conformément à l'article L. 615-1 ;
- 3° La décision de sa nomination et la durée de son mandat ;
- 4° Ses diplômes ou son parcours professionnel ;
- 5° Son appartenance, le cas échéant, à des réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers ;
- 6° Les types de litiges relevant de sa compétence ;
- 7° La référence aux dispositions législatives et réglementaires relatives à la médiation des litiges de consommation ;
- 8° Les cas dans lesquels, en application de l'article L. 612-2, un litige ne peut faire l'objet d'une médiation ;
- 9° La liste des langues utilisées pour la médiation ;
- 10° Le lien vers le site internet de la Commission européenne dédié à la médiation de la consommation.

B-COMMUNICATION D'UN RAPPORT ANNUEL D'ACTIVITÉ (R614-2)

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 ;

La Médiation de la Consommation : Règlement extra-judiciaire des litiges de consommation

6° S'il est connu, le pourcentage des médiations qui sont exécutées ;

7° L'existence de la coopération au sein de réseaux de médiateurs de litiges transfrontaliers ;

8° Pour les médiateurs rémunérés ou employés exclusivement par un professionnel, le pourcentage des solutions proposées en faveur du consommateur ou du professionnel ainsi que le pourcentage des litiges résolus à l'amiable.

C-INFORMATION PÉRIODIQUE NÉCESSAIRE À L'ÉVALUATION DE SON ACTIVITÉ

(R614-4)

Le médiateur de la consommation transmet également à la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation les **informations nécessaires à l'évaluation de son activité**, et ce, au moins tous les deux ans. Ces informations comprennent au minimum :

1° Une description des formations suivies en matière de médiation

2° Une évaluation de l'efficacité de la médiation et des moyens envisageables pour améliorer ses résultats.