



Rapport Annuel 2023

Conforme aux dispositions de l'article R 614-2 du
Code de la Consommation

PREAMBULE

Le GIE MEDIMMOCONSO a été inscrit sur la liste des médiateurs de la consommation par décision du 29 septembre 2016 de la Commission d'Evaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC).

À fin 2023, plus de 12000 professionnels ont adhéré à MEDIMMOCONSO : promoteurs immobiliers, aménageurs lotisseurs, agents immobiliers, artisans du bâtiment, constructeur de maisons individuelles, diagnostiqueurs immobiliers, architectes, maîtres d'œuvre, géomètres, société d'entreposage et de stockage.

MEDIMMOCONSO est en effet spécialisé dans les métiers de l'immobilier, de la construction et du bâtiment et ne traite des litiges que dans ces secteurs d'activités.

L'activité de MEDIMMOCONSO en tant que médiateur de la consommation pour l'exercice 2023 est relatée dans le présent rapport annuel ; celui-ci est établi selon les dispositions de l'article R 654-2 du Code de la Consommation.

RAPPORT SUIVANT L'ARTICLE R 654-2 DU CODE DE LA CONSOMMATION

1° Le nombre de litiges dont MEDIMMOCONSO a été saisie et leur objet :

MEDIMMOCONSO a été saisi, en 2023, de 1254 demandes de médiation au total et a traité 1166 dossiers dont un stock de 38 médiations en 2022 parmi lesquelles :

*594 demandes étaient hors champ de la médiation de la consommation.

A l'instar des précédentes années, la cause principale est une absence de lien contractuel entre le consommateur et le professionnel concerné :

*des demandes sont initiées par les consommateurs particuliers - locataires d'un logement - et sont dirigées contre le professionnel mandataire du propriétaire bailleur.

*des demandes sont dirigées par des copropriétaires particuliers - agissant soit pour eux-mêmes soit au nom du conseil syndical - contre des syndicats de copropriété dans le cadre de l'exécution des contrats de syndic signés avec le syndicat des copropriétaires

*certaines demandes sont initiées par des acquéreurs de biens contre des professionnels mandatés par les vendeurs.

*certaines demandes sont introduites soit pour le compte de SCI, soit par des professionnels, soit par des conseils syndicaux.

*572 demandes rentraient dans le champ d'application de la médiation de la consommation parmi lesquelles :

* 214 demandes ont été déclarées irrecevables ;

* 358 demandes ont été déclarées recevables.

Le délai moyen de réponse du médiateur entre la date de réception de la demande et la date de décision de recevabilité ou de rejet est de 13 jours.

2° Les questions les plus fréquemment rencontrées dans les litiges qui lui sont soumis et ses recommandations afin de les éviter ;

Dans le cadre de l'activité de promotion immobilière, les retards de livraison, les malfaçons, les non-conformités, les réserves de livraison sont les problèmes les plus fréquemment rencontrés.

Dans le cadre de travaux de construction et de bâtiment hors promotion immobilière, les abandons de chantier entraînant des retards de livraison et des demandes de pénalités de retard ainsi que les malfaçons et les avenants post contrat sont les problèmes les plus fréquemment rencontrés.

Dans le cadre des activités d'agent immobilier, le défaut d'exécution des mandats de gestion locative et le défaut de conseil dans le cadre de mandats de vente sont les questions les plus fréquemment rencontrées.

Les recommandations que nous pouvons faire sont les suivantes :

En amont du litige, comme déjà précédemment évoqué, quelle que soit la nature du litige et son origine, il est essentiel que le professionnel communique sur les difficultés rencontrées. Un grand nombre de litiges s'envenime du fait d'un manque de communication répété entraînant une perte totale de confiance du particulier envers le professionnel. Cet élément est prégnant dans la quasi-totalité des litiges rencontrés.

Il est d'autant plus important de communiquer que les professionnels sont confrontés à des difficultés inédites mais à présent bien connues : hausse du coût des matériaux, hausse du prix de l'énergie, défaillance de sous-traitants eux-mêmes en difficulté.

Si le litige n'a pu être évité, le dialogue encadré par un médiateur neutre, indépendant et impartial est essentiel pour restaurer une communication constructive entre professionnels et consommateurs dans le contexte que nous vivons ; et un bon dialogue est un véritable levier pour trouver des accords dans des situations complexes où les positions des parties sont au démarrage très éloignées, mal comprises et bien souvent empreintes de prêts d'intention et d'interprétation erronée.

En cas de désaccord persistant, la médiation de la consommation dispose d'un second levier méconnu : la proposition de solution formulée par le médiateur qui, si elle n'est forcément pas satisfaisante en tous points pour les deux parties, constitue un atout indéniable pour mettre fin au litige persistant.

3° La proportion de litiges qu'il a refusé de traiter et l'évaluation des différents motifs de refus ;

En 2023, sur les 214 demandes de médiation qui ont été rejetées pour irrecevabilité :

- Pour 8 demandes de médiation, le consommateur ne justifiait pas avoir tenté de résoudre au préalable son litige directement auprès du professionnel via une réclamation écrite ;
- Pour 1 demande, le litige avait déjà été examiné par le médiateur ou était en cours d'examen par un tribunal ;

- Pour 9 demandes, le consommateur a introduit sa demande auprès du médiateur dans un délai supérieur à un an à compter de sa première réclamation au professionnel ;

- Pour 196 demandes, les litiges n'entraient pas dans le champ de compétence du médiateur dans la mesure où ils concernaient des professionnels qui n'ont pas formellement adhéré à MEDIMMOCONSO. ; c'est à dire qui ne sont pas titulaires d'un contrat d'adhésion avec MEDIMMOCONSO en vigueur au moment de la demande de médiation.

Concernant les dossiers qui lui sont adressés, le médiateur doit solliciter encore régulièrement des éléments complémentaires pour pouvoir apprécier la recevabilité de la demande de médiation, les consommateurs n'adressant pas toujours un dossier complet et notamment pas le contrat à l'origine du litige ni la copie de leur réclamation écrite au professionnel.

Il arrive aussi très régulièrement que le consommateur adresse sa lettre de réclamation et saisisse dans la foulée notre organisme sans laisser au professionnel un délai de réponse minimum ; pourtant indiqué dans le formulaire de réclamation.

Il est donc essentiel pour la bonne saisine du médiateur de fournir dès l'origine tous les éléments demandés dans le formulaire de réclamation à disposition des consommateurs sur le site internet : <https://medimmoconso.fr/adresser-une-reclamation/> et particulièrement - nous insistons fortement sur ces points - le contrat signé avec le professionnel concerné et la réclamation écrite adressée à ce dernier qui doit avoir été adressée au moins un mois avant la saisine de notre organisme pour permettre au professionnel de répondre à cette réclamation.

Concernant les mandats de gestion immobilière, les mandats anciens sont régulièrement transférés via le rachat de l'agence immobilière signataire du mandat d'origine de telle sorte qu'il est indispensable dans ce cas précis de joindre au contrat de mandat d'origine le dernier compte rendu de gestion de l'agence ayant repris le mandat et contre lequel la demande est dirigée. C'est ce document qui permet au médiateur d'identifier clairement le professionnel concerné par la demande de médiation.

D'autre part, comme le montre le nombre de demandes hors champ d'application de la médiation de la consommation, il est également constaté que ce champ d'application n'est pas encore bien connu ; que ce soit par des consommateurs ou par leurs représentants. L'obligation de l'existence d'un lien contractuel entre le demandeur - consommateur personne physique - et le professionnel contre lequel la demande est dirigée n'est encore pas du tout assimilée à l'heure actuelle.

Le rôle du médiateur fait lui aussi encore l'objet de grandes confusions : de nombreux consommateurs sollicitent toujours MEDIMMOCONSO pour des conseils ou des avis.

A ce sujet, il convient de retenir que le médiateur n'a pas à donner de conseils ni d'avis ni à prendre parti ; sa posture est en effet la neutralité (il ne donne pas son avis), l'indépendance (il ne dépend ni du professionnel ni du consommateur) et l'impartialité (il ne prend parti ni pour le professionnel, ni pour le consommateur).

Néanmoins, il faut préciser que le rôle du médiateur connaît des évolutions suivant les phases de la médiation de la consommation. La médiation de la consommation se décompose en trois phases :

- La phase de recevabilité : le médiateur se prononce sur la recevabilité de la demande du consommateur – il est indépendant et impartial et rend sa décision dans le cadre strict de la réglementation ;
- La phase de médiation proprement dite : le médiateur assure les entretiens de médiation – il est neutre, indépendant et impartial ;
- La phase de proposition de solution : en cas de désaccord persistant à la suite des entretiens de médiation, le médiateur propose une solution aux parties pour solder le litige – il est indépendant et impartial et propose une solution en gardant toujours à l'esprit sa posture de neutralité et d'indépendance.

En 2023, des professionnels ont encore sollicité l'intervention de MEDIMMOCONSO dans le cadre d'un défaut de règlement de factures. Il leur est précisé que MEDIMMOCONSO ne peut intervenir que sur demande du consommateur particulier et non pas dans le cadre d'une réclamation d'un professionnel vis à vis de son client.

Enfin, pour que MEDIMMOCONSO puisse traiter une demande, elle doit obligatoirement concerner un professionnel qui a formellement adhéré à MEDIMMOCONSO par le biais de la signature d'un contrat d'adhésion.

Certains professionnels mentionnent nos coordonnées dans leurs documents contractuels ou sur leur site internet alors qu'ils n'ont pas signé de contrat d'adhésion avec notre organisme ou que celui-ci est expiré. Au-delà de son caractère irrégulier, cette situation crée une incompréhension totale dans le chef du consommateur qui pensait avoir saisi le bon médiateur. Il est rappelé aux professionnels qu'ils ne peuvent en aucun cas nommer nos coordonnées dans leurs documents contractuels sans avoir au préalable adhéré à notre dispositif via la signature d'un contrat d'adhésion avec notre organisme.

4° Le pourcentage des médiations interrompues et les causes principales de cette interruption :

Concernant les 358 demandes de médiations déclarées recevables, 267 d'entre elles n'ont pas fait l'objet d'une médiation menée à son terme suite à un refus de la part du professionnel d'entrer en médiation.

Lorsque la demande est recevable, le consommateur réclamant en est averti et dans le même temps, le professionnel est saisi par nos services via l'envoi d'une lettre de mission.

Les motifs de refus de leur part ne nous sont pas toujours communiqués. Certains professionnels nous adressent copie du courrier qu'ils ont adressé au consommateur indiquant les actions qu'ils ont entreprises et/ou les raisons pour lesquelles ils décident de ne pas entrer en médiation.

Il est important que quelle que soit sa décision, le professionnel réponde à la demande de médiation et y réponde de manière claire : accepte-t-il ou non d'entrer en médiation ? A ce jour, trop de professionnels ne répondent pas à nos lettres de mission ou font une réponse au médiateur qui ne lui permet pas de savoir précisément s'il accepte ou refuse la médiation. Il en est ainsi lorsque le professionnel expose au médiateur sa position sur le litige sans répondre précisément à la question

qui lui est posée. Le médiateur a ce stade n'a pas à entrer dans le détail du litige. Il ne pourra le faire que lorsqu'il sera missionné par le professionnel au moyen du retour de sa lettre de mission dûment acceptée, datée et signée par le professionnel ou son représentant.

De nombreux consommateurs pensent que le professionnel est contraint d'entrer en médiation. Nous précisons ci-après la réglementation.

Le professionnel est contraint de proposer à ses clients un médiateur de la consommation qu'il aura la faculté de saisir s'il n'est pas satisfait des services du professionnel MAIS le professionnel n'est pas contraint d'accepter d'entrer en médiation. Cela étant, un refus systématique du professionnel d'entrer en médiation peut être sanctionné par la CECMC.

De nombreux consommateurs pensent que le médiateur a un pouvoir coercitif, qu'il est là pour défendre son point de vue contre le professionnel. Rappelons la posture du médiateur détaillée ci-dessus : ce dernier est neutre, indépendant et impartial. Il ne donne donc pas son avis, il ne dépend d'aucune partie, et ne prend parti ni pour l'un ni pour l'autre. Le médiateur est là pour initier un dialogue le plus vertueux possible entre les parties. Il n'est pas là pour favoriser un point de vue plutôt qu'un autre.

5° La durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges ;

La durée moyenne des médiations est de 90 jours à compter de la réception par le médiateur de la lettre de mission contresignée par le professionnel.

Certains litiges prennent moins de 90 jours et d'autres davantage car ils sont plus complexes, c'est notamment le cas des litiges en promotion et en construction pour lesquels un intervenant extérieur doit être sollicité (expert, sous-traitant, ...).

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

79 médiations ont été menées à leur terme dont :

- 56 accords de médiation sans proposition de solution par le médiateur ;
- 6 d'entre elles ont fait l'objet d'une proposition de solution acceptée par les deux parties ;
- 17 d'entre elles ont fait l'objet d'une proposition de solution dont :
 - * 10 ont été refusées par le consommateur, demandeur à la médiation
 - * 7 ont été refusées par le professionnel

De nombreux protocoles d'accord sont signés à l'issue de la médiation.

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

Sans objet dans le cadre de nos missions en 2023.

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.

Sans objet

.....