



# Rapport Annuel 2025

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 2025, près de 16700 professionnels ont adhéré à MEDIMMOCONSO : promoteurs immobiliers, aménageurs lotisseurs, agents immobiliers, artisans du bâtiment, constructeurs de maisons individuelles, diagnostiqueurs immobiliers, architectes, maîtres d'œuvre, géomètres, sociétés 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.

La liste complète des adhérents à MEDIMMOCONSO se trouve sous ce lien : <https://medimmoconso.fr/enseignes-immobilières-adherentes/> et la liste des entités professionnelles ayant signé une convention cadre se trouve sous ce lien : <https://medimmoconso.fr/espace-adherent/>

L'activité de MEDIMMOCONSO en tant que médiateur de la consommation pour l'exercice 2024 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.

La liste et le CV des médiateurs agréés pour MEDIMMOCONSO peut être consultée sous ce lien : <https://medimmoconso.fr/accueil-medimmoconso/>

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

### ***1° Le nombre de litiges dont MEDIMMOCONSO a été saisi et leur objet :***

MEDIMMOCONSO a été saisi, en 2025, de 2685 demandes de médiation au total, soit une augmentation de plus de 50% par rapport à 2024 ; MEDIMMOCONSO est coutumier de ce pourcentage d'augmentation depuis le démarrage de son activité.

MEDIMMOCONSO a traité 2597 dossiers dont un stock de 127 médiations en 2024 parmi lesquelles :

\*1416 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 :

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

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

\*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.

\*1181 demandes rentraient dans le champ d'application de la médiation de la consommation parmi lesquelles :

\* 508 demandes ont été déclarées irrecevables ;

\* 673 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 5 jours, soit le même délai par rapport à 2024.

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

Les problèmes les plus fréquemment rencontrés sont, dans l'ordre décroissant, :

- Dans le cadre de l'activité de promotion immobilière : les retards de livraison, le défaut d'exécution du contrat, les non-conformités, la non levée de réserves, les malfaçons, le défaut de conseil et d'information ;
- Dans le cadre de travaux de construction et de bâtiment hors promotion immobilière : les retards de livraison et les demandes de pénalités de retard ainsi que les malfaçons ;
- Dans le cadre des activités d'agent immobilier : le défaut d'exécution et le défaut d'information dans les mandats de gestion locative, le défaut de conseil dans le cadre de mandats de vente ;
- Dans le cadre des contrats d'étude, d'ingénierie et de maîtrise d'oeuvre : le défaut de conseil et d'information ;

Concernant les particuliers qui introduisent des réclamations et, encore à l'heure actuelle, certains organismes qui les représentent, la médiation de la consommation est considérée par certains comme une faculté applicable dans tout type de litige quel qu'il soit. Il est à nouveau précisé que la médiation de la consommation est réglementée et répond à des conditions légales de recevabilité. La réglementation applicable à la médiation de la consommation n'est toujours pas assimilée, notamment sur les points suivants :

- **Le lien contractuel entre le réclamant et le professionnel** : le réclamant doit être lié par un contrat (achat d'un bien ou d'un service) avec le professionnel concerné. Trop de réclamants ignorent encore cette règle entraînant un grand nombre de demandes non recevables pour absence de lien contractuel. Il conviendrait que cette règle soit largement diffusée, notamment auprès des organismes professionnels qui représentent le consommateur réclamant. La phase précontractuelle est également prise en compte comme étant un critère de recevabilité ;

- **La réclamation écrite au professionnel** : Avant de saisir le médiateur, le réclamant doit adresser une réclamation écrite au professionnel concerné explicitant les reproches faits et sa demande. Cette règle, bien que mieux connue que la précédente, est encore parfois ignorée.
- **Le délai de réponse de deux mois** : le réclamant doit laisser au professionnel un délai de deux mois pour lui permettre de répondre à sa réclamation : cette recommandation, qui est issue d'une fiche de jurisprudence de la CECMC, est aussi très souvent ignorée. Nous constatons trop de fois que le réclamant envoie sa réclamation au professionnel et saisit le médiateur dans la foulée sans lui laisser le temps de répondre.
- **Absence de procédure judiciaire** : le médiateur de la consommation ne peut être saisi ou doit se dessaisir si une procédure judiciaire est en cours ou introduite pour le même litige. Cette règle n'est pas toujours connue des consommateurs. A ce sujet, nous abordons ci-dessous (page 8) la question des délais de forclusion en droit de la construction qui ne peuvent être interrompus que par une action en justice.
- 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. A l'inverse, certains consommateurs nous adressent de nombreux documents inutiles pour étudier la recevabilité de leur demande (rapport d'expertise, état des lieux, ...).
- Il est donc essentiel pour la bonne saisine du médiateur de fournir dès l'origine tous les éléments demandés - et uniquement ceux-là - 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 dans un délai compris entre un an au plus et deux mois au moins avant la saisine de notre organisme.
- 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 laquelle la demande est dirigée. C'est ce document qui permet au médiateur d'identifier clairement le professionnel concerné par la demande de médiation.
- 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. A ce sujet, c'est le professionnel (SIREN ou SIRET) qui a contracté avec le consommateur qui doit être adhérent à MEDIMMOCONSO et non la société holding du professionnel qui, très souvent, n'est pas celle qui a contracté avec le consommateur. Cet aspect se rencontre beaucoup en promotion immobilière : c'est la société qui a signé le contrat (contrat de réservation ou l'acte authentique de VEFA) qui doit être adhérente à MEDIMMOCONSO.

Concernant les contrats signés par les particuliers, nous intervenons dans des secteurs d'activité où le contrat signé par le particulier est très souvent le projet d'une vie.

Il serait souhaitable que **des formations soient prévues à disposition des consommateurs particuliers** pour tout particulier non sachant se lançant dans un projet de vie : construction, acquisition en VEFA, rénovation de son bien, ... et de les rendre obligatoires. Ces formations expliqueraient de manière très concrète et pédagogique chaque étape du contrat que le particulier envisage de signer, le processus de construction, les étapes essentielles, leurs effets juridiques notamment la prise de livraison du bien construit ou des travaux, la notion de réserves, les diverses assurances et garanties (parfait achèvement, décennale, dommages ouvrage...).

Ces formations devraient également mettre l'accent sur les difficultés pouvant survenir lors de la réalisation du projet de vie, les droits et les obligations de chacune des parties, les solutions qui peuvent être mises en place, ainsi que les recours possibles.

Avant de faire construire, il devrait être obligatoire de s'instruire, facilement et gratuitement.

Les recommandations générales que nous pouvons faire au professionnel sont les suivantes :

En 2025, des professionnels ont encore sollicité l'intervention de MEDIMMOCONSO dans le cadre d'un défaut de règlement de factures mais ces demandes deviennent plus rares. 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.

**Il arrive encore trop régulièrement que des 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 pouvant amener les autorités compétentes à lourdement sanctionner le professionnel concerné, 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.**

Concernant l'acceptation ou le refus de la demande de médiation, Il est important que quelle que soit sa décision, le professionnel réponde à la demande de médiation 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 à 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. Lorsqu'il y a refus d'entrer en médiation, seul ce refus est communiqué par le médiateur au consommateur qui clôture aussitôt sa mission.

Trop de professionnels refusent la médiation en pensant qu'elle est inutile car la relation est trop dégradée et « tout a été dit ». Le dialogue en médiation dans un cadre neutre et confidentiel permet

de restaurer un dialogue plus constructif même lorsque les positions des parties restent fortement en opposition. La présence du médiateur est un gage de qualité et un déclencheur de dialogue efficient.

Le médiateur entend régulièrement du côté du consommateur : « Enfin, nous sommes contents de pouvoir parler à un tiers qui nous comprend. » ; et du côté du professionnel : « je ne comprends pas ce que notre client veut, j'ai répondu à toutes ces questions. »

Le refus du professionnel d'entrer en médiation provoque bien souvent une très forte déception chez le consommateur. Il est donc recommandé au professionnel d'explicitier directement au client les raisons de son refus en ayant pris le soin de l'écouter au préalable. Il est encore rappelé que le médiateur n'intervient pas sur le fond du litige en l'absence d'acceptation du professionnel d'entrer en médiation. Le médiateur n'a donc pas vocation à faire office de boîte aux lettres entre les parties.

Il est également précisé que l'acceptation d'entrer en médiation n'est que l'acceptation de dialoguer avec son client, le processus reste en effet volontaire pour toutes les parties de bout en bout.

La phase médiation proprement dite du processus de médiation chez MEDIMMOCONSO se déroule toujours avec trois entretiens : un entretien avec chacune des parties et ensuite une réunion avec toutes les parties. Des entretiens complémentaires peuvent parfois être prévus dans certains cas nécessaires. Dans ce cadre et dans le contexte que nous vivons, 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.

Outre la restauration d'un dialogue vertueux, en cas de désaccord persistant, rappelons que la médiation de la consommation dispose d'un second levier : la proposition de solution formulée par le médiateur qui - si elle n'est forcément pas satisfaisante en tous points pour l'un et/ou l'autre partie - constitue un atout complémentaire indéniable de la médiation de la consommation pour mettre fin au litige persistant.

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.

Le médiateur entend très souvent que le consommateur avait confiance dans le professionnel au démarrage de la relation. Cette relation s'est ensuite effritée avec le temps et les événements, rendant la relation très tendue, voire totalement dégradée ou inexistante et aboutissant à la réclamation au médiateur.

Plus particulièrement, métier par métier, les recommandations que nous pouvons faire sont explicitées ci-après.

Dans le cadre de la gestion locative, les consommateurs - propriétaires de biens - se plaignent de ne pas être informés de certains faits durant la location, de n'avoir pas reçu la communication de

certain documents (état des lieux d'entrée et de sortie par exemple), de ne pas avoir eu connaissance ni accepté d(les tarifs actualisés des prestations du professionnel, de non règlement de loyers dans les délais, de non règlement des charges de copropriété entraînant des frais de relances à leur charge, de mise en œuvre tardive de travaux de réparation entraînant une durée de vacance locative considérée comme anormale ; et enfin d'absence de mise en œuvre des assurances connexes telle que l'assurance pour détérioration immobilière ou l'assurance pour vacance immobilière ou encore l'assurance de garantie des loyers impayés.

Les recommandations que nous pouvons faire sont les suivantes :

- Mise en place d'un accès pour les propriétaires mandants permettant de récupérer tous les documents liés à la gestion locative du bien ;
- Information en temps réel des propriétaires qui le demandent sur la vie et le suivi de la gestion locative ;
- Communication officielle et formelle des tarifs actualisés avec recueil préalable de l'accord du client ;
- Assurer un lien constant avec le syndic de copropriété afin d'assurer le suivi et le règlement, dans les délais, des charges de copropriété ;
- Explicatif pédagogique – au-delà de l'information précontractuelle obligatoire - à destination des propriétaires de ce que recouvrent les différentes assurances accessoires : détérioration immobilière, vacance locative, loyers impayés, etc... ;
- Explicatif pédagogique des comptes rendus de gestion : il est important que le professionnel prenne le temps d'expliquer au consommateur - 30 minutes de conversation valent bien mieux qu'une tonne de mails – chaque ligne du compte-rendu et tienne compte du fait que le consommateur n'a pas les connaissances que lui-même possède pour comprendre.

Concernant l'activité de promotion immobilière, les consommateurs se plaignent du non-respect du délai de livraison mentionné dans le contrat de réservation et dans l'acte de vente, d'un retard dans la levée des réserves ou de la non-levée de celles-ci, de travaux non achevés et de certaines malfaçons ; ou encore de non-conformité du bien livré. Les recommandations que nous pouvons faire sont les suivantes :

- Dans le cadre de la signature du contrat, il est important que le professionnel explique au consommateur la signification du délai prévisionnel de livraison mentionné dans chaque contrat et les causes susceptibles de retarder ce délai prévisionnel et l'entrée dans les lieux ainsi que les conséquences éventuelles ; et ce, que ce soit pour un achat en accession ou pour un investissement locatif réalisé notamment dans le cadre d'un dispositif fiscal précis ;
- Au sujet de la fixation du délai de livraison précisé dans les actes VEFA, des jours tampons dans le calendrier des travaux devraient être retenus pour anticiper davantage les retards de livraison et notamment ceux couverts par les causes légitimes de suspension du délai de livraison (intempéries, défaillances éventuelles, ...) ; les retards de livraison portent préjudice et crispent considérablement les parties et leurs relations ; un tel calendrier de réalisation

des travaux tenant compte raisonnablement des causes possibles de suspension du délai de livraison permettrait d'éviter bon nombre de réclamations sur ce sujet ;

- En tout état de cause, dans le cadre du retard de livraison quelle qu'en soit la raison, il est important de tenir les clients informés de la situation autant de fois que nécessaire sur le retard et ses causes, et sur ses conséquences quant au délai de livraison et à la date possible d'entrée dans les lieux; mais aussi dans le cadre d'un investissement locatif réalisé suivant un dispositif fiscal précis nécessitant de devoir respecter des délais pour permettre au consommateur de défiscaliser sans difficulté ;
- Dans le cadre de la levée des réserves, il est important de conserver un dialogue constant avec le consommateur jusqu'à l'issue de la levée de réserves, surtout lorsque des difficultés apparaissent pour respecter le délai annoncé et/ou légal ;
- Dans le cadre d'un litige sur la notion des travaux achevés ou non, il est important que le professionnel – au-delà de la simple référence à la définition légale de l'achèvement qui, si elle est légitime, a davantage tendance à crisper le débat – prenne le temps d'entendre et de comprendre les réclamations de son client. Le dialogue en médiation est un atout majeur sur ce point ;

Concernant les travaux d'architecte et de maîtrise d'œuvre, les consommateurs se plaignent de la présentation de projets et de devis d'entreprises ne respectant pas leur budget, ainsi que d'une absence d'informations et de conseils.

- Le coût prévisionnel des travaux : il s'agit d'un élément essentiel du contrat, il est important que le professionnel veille à la cohérence du coût prévisionnel des travaux avec le budget dont dispose le consommateur, lequel sera précisé dans le contrat. En cas de dérapage notamment au moment du recueil des devis, il est important que le professionnel en informe immédiatement le consommateur, lui explique les raisons de ce dérapage et lui propose des solutions de recalage ;
- La mission de suivi de chantier lorsque le consommateur n'est pas sur place : il est important que le professionnel communique au consommateur la date de démarrage du chantier et son avancement en communiquant ses comptes-rendus de chantier assortis de photos présentant l'avancement des travaux ;

La question des délais de forclusion en médiation de la consommation mérite d'être abordée. La prescription est suspendue durant la médiation. Mais la loi ne règle pas la question de la forclusion dans le cadre d'une médiation de la consommation. Une évolution de la réglementation permettant à un consommateur d'interrompre le délai de forclusion par une action judiciaire à titre purement conservatoire tout en lui permettant de saisir le médiateur de la consommation - ou de poursuivre une médiation de la consommation démarrée - serait nécessaire (cf article L 612-2 3° du code de la consommation). La position de la CECMC a été demandée par MEDIMMOCONSO sur ce sujet.

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

En 2025, sur les 508 demandes de médiation qui ont été rejetées pour irrecevabilité :

- Pour 50 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 1 demande, celle-ci était manifestement infondée ou abusive ;
- Pour 19 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 437 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.

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'est pas un conciliateur, qu'il 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).

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 en gardant toujours à l'esprit sa posture de neutralité.

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

Concernant les 673 demandes de médiations déclarées recevables,

- 560 d'entre elles n'ont pas fait l'objet d'une médiation suite à un refus de la part du professionnel d'entrer en médiation.
- 42 demandes ont fait l'objet d'un retrait du consommateur dont :
  - \* 9 d'entre elles ont fait l'objet d'un accord direct entre consommateur et professionnel ;

\* 3 d'entre elles ont donné lieu à des médiations démarrées mais celles-ci n'ont pu être menées à leur terme en raison d'une procédure judiciaire diligentée par le consommateur durant la médiation soit pour préserver ses droits et interrompre le délai de forclusion (cf. suggestion au point 2° Page 8) soit par méconnaissance de la réglementation applicable à la médiation de la consommation (article L 612-2 3° du code de la consommation, procédure judiciaire non contradictoire diligentée avant l'entrée en médiation) ;

- 71 demandes ont fait l'objet d'une médiation menée à son terme.

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.

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 gratuitement 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 109 jours à compter de la réception par le médiateur de la lettre de mission contresignée par le professionnel.

Certains professionnels prennent le temps de la réflexion avant d'adresser leur acceptation au médiateur.

Certains litiges prennent moins de 90 jours et d'autres davantage car ils sont plus complexes. Rappelons que les secteurs d'activité dans lesquels évolue MEDIMMOCONSO sont l'immobilier, la construction et les travaux du bâtiment. Dans ces secteurs, les Parties souhaitent ou doivent faire appel à un intervenant extérieur (expert, entreprise, sous-traitant, assureur...), en vue de la co-construction de leur accord de médiation. Les retours de ces intervenants prennent du temps et rallongent la durée de la médiation mais sont nécessaires voire indispensables.

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

Outre les 9 demandes mentionnées ci-avant ayant fait l'objet d'un accord direct entre les parties suite à la lettre de mission adressée par le médiateur, et 3 médiations démarrées, 71 médiations ont été menées à leur terme dans les secteurs d'activité suivants en ordre décroissant : promotion immobilière, gestion immobilière, travaux d'architecture, travaux de bâtiment, diagnostic immobilier.

Sur ces 71 dossiers :

- 46 accords sans proposition de solution par le médiateur ;
- 3 d'entre elles ont fait l'objet d'une proposition de solution acceptée par les deux parties ;
- 22 d'entre elles ont fait l'objet d'une proposition de solution dont :
  - \* 5 ont été refusées par le consommateur, demandeur à la médiation ;
  - \* 11 ont été refusées par le professionnel ;
  - \* 6 ont été refusées par les deux parties ;

De nombreux protocoles d'accord sont proposés à la signature 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 2025.

***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

.....