Rapport Annuel d'Activité 2025



Médiation de la consommation

Sept 2026

V-Publiée

Préambule

ANM **CONSOMMATION,** est portée à 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). L'inscription d'ANM CONSOMMATION à la liste des médiateurs a été renouvelée suite au contrôle de la CECMC en 2021.

En tant que médiateur de la consommation et conformément aux dispositions de l'article R614-2 du Code de la Consommation, nous présentons ci-dessous notre rapport annuel d'activité pour l'exercice 2025.

Le mot du Président



L'année 2025 confirme la progression et la solidité d'ANM CONSOMMATION dans le champ de la médiation de la consommation. Depuis 2016, notre association continue ses efforts pour offrir un service de qualité aux consommateurs et aux professionnels.
Cette progression témoigne de la confiance renouvelée des acteurs économiques, dans un contexte marqué par la multiplication des litiges entre consommateurs et professionnels et l'importance croissante de la médiation comme mode privilégié de règlement amiable des différends.
Dans le respect du cadre législatif, ANM CONSOMMATION a pour souci de conduire au mieux les dossiers de médiation, tout en facilitant aux consommateurs l'accès à la médiation et en s'assurant que les professionnels adhérents disposent d'un service de médiation simple et efficient.
Année après année, ANM CONSO renforce ses capacités en investissant régulièrement, que ce soit au niveau des outils de traitement, de la formation des médiateurs désignés ou de ses ressources propres.
Je remercie tous nos médiateurs, l'équipe administrative ainsi que nos partenaires.
Leur implication renforce une médiation indépendante et accessible.
Cette volonté de réaliser une médiation de qualité, proche des professionnels et des consommateurs, continuera de guider notre association pour les années à venir.

Le président d'ANM CONSOMMATION
Michel Caradeuc

Sommaire

Rapport d'activité ANM CONSOMMATION 2025

1. **ANM CONSOMMATION**

2. **Les professionnels adhérents**
   - 2.1. **Les fédérations et autres adhérents**
   - 2.2. **Les secteurs d'activité**

3. **L'activité 2023**
   - 3.1. **Nombre de litiges, saisines**
   - 3.2. **Les questions rencontrées**
   - 3.3. **Litiges traités, recevabilité et motifs de refus**
   - 3.4. **L'entrée en médiation, la position des professionnels**
   - 3.5. **Durée nécessaire au traitement des litiges**
   - 3.6. **Les résultats des médiations**
   - 3.7. **Litiges transfrontaliers -sans objet-**
   - 3.8. **Médiateurs employés exclusivement par un professionnel -sans objet-**

1. ANM CONSOMMATION

Nous avons poursuivi en 2025 l'attention toute particulière donnée à l'exécution du processus de médiation afin de pouvoir répondre à l'augmentation des demandes de médiation tout en améliorant la qualité de celui-ci. ANM CONSOMMATION garantit que la conduite de la médiation soit réalisée conformément aux articles R.612-1 à R.616-2 et L611-1 à L613-3 du Code de la Consommation. Les médiateurs respectent la confidentialité vis-à-vis des professionnels et des consommateurs qui utilisent la plate-forme de saisine et de traitement des médiations, de même l'indépendance du médiateur et sa neutralité sont garantis par les conventions signées.

ANM CONSOMMATION défend une médiation personnalisée, chaque demande de médiation déposée par un consommateur est prise en charge du début à la fin du processus par l'une ou l'un des 19 médiateurs et médiatrices désignés, tous expérimentés et couvrant un large spectre d'activité.

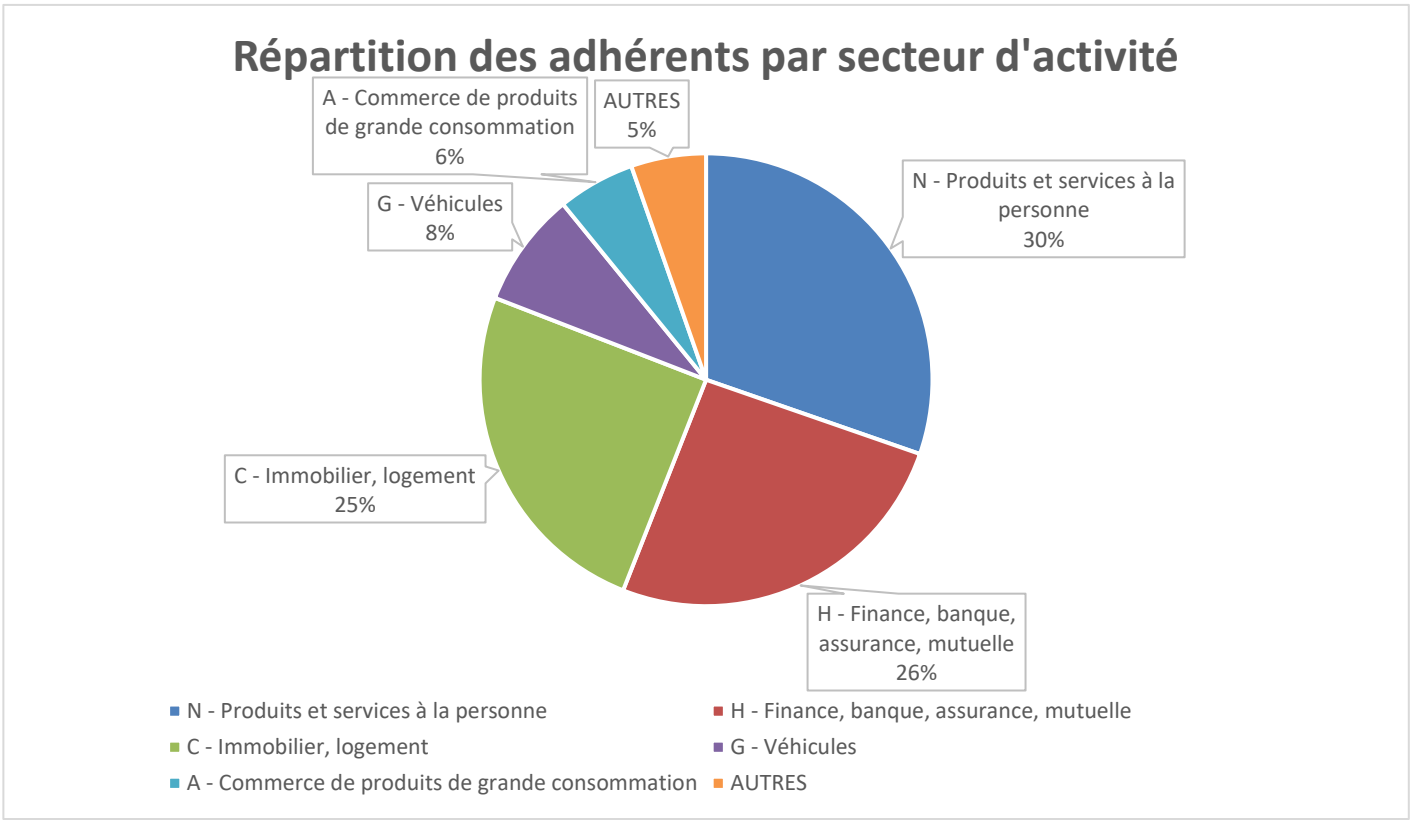
Elément indispensable à l'amélioration des pratiques, un programme de formation et de suivi est déployé à l'attention des médiateurs désignés ainsi que pour les salariés de l'association, en particulier à travers le développement des analyses de pratiques -deux groupes actifs se réunissant chacun 5 fois par an- et les rappels réguliers des pratiques et des procédures. Par ailleurs, chaque mois une séance est proposée à tous les médiateurs permettant de répondre aux questions ou difficultés qu'ils rencontrent dans la conduite des médiations.
Le séminaire annuel organisé avec tous les médiateurs permet également de restituer les objectifs et les moyens à mettre en œuvre pour améliorer la conduite des médiations.

2. Les professionnels adhérents

Fin 2025 nous comptions plus de 30 000 professionnels adhérents contre 27 000 en 2024. La grande majorité des professionnels adhèrent à ANM CONSOMMATION à travers l'une des 45 conventions cadre (Fédérations, Groupements Professionnels, Franchises...). Le nombre de professionnels indépendants continue d'augmenter avec plus de 2600 entreprises adhérentes à fin 2025.

Notons également des tendances sectorielles marquantes comme le secteur du courtage en instruments financiers (IOBSP) et celui de l'aide à la personne qui ont enregistrés une forte progression cette année ainsi que l'arrivée de nouveaux professionnels tels que les entreprises du secteur du funéraire. Ces apports assurent une dynamique et une expansion continue de notre champ d'action.

Les fédérations et les professionnels indépendants, adhérents d'ANM CONSOMMATION se répartissent principalement en 5 grands secteurs d'activité : Services à la personne, Intermédiaires financiers, Immobilier Logement, Transport et Contrôle de véhicules, Commerce.



Cependant, il convient de noter que cette répartition des adhésions ne reflète pas nécessairement l'activité effective de médiation, car certains secteurs génèrent structurellement moins de demandes de médiation que d'autres.

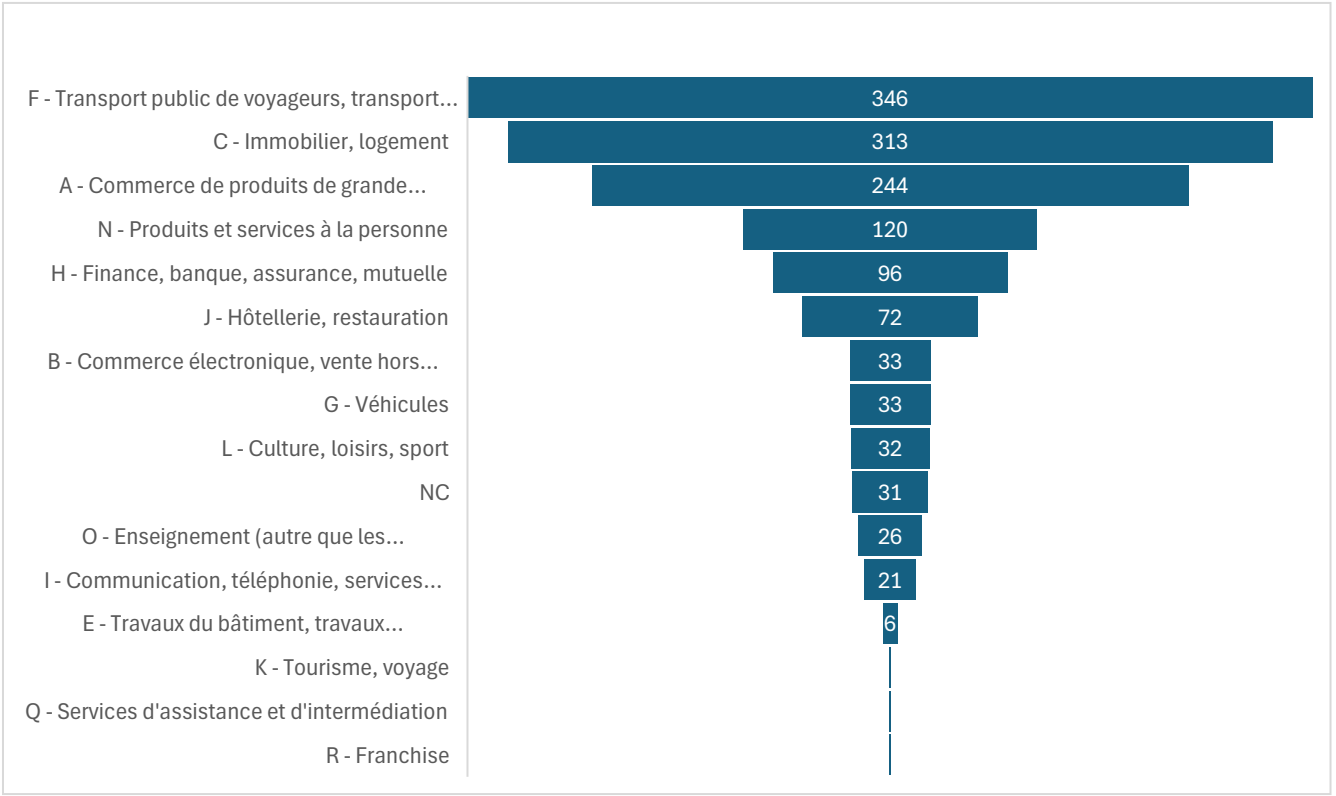
3. L’activité 2025

3.1. Nombre de litiges, Saisines

En 2025, nous observons augmentation significative du nombre de saisines, avec 1376 demandes de médiation contre 826 en 2024 soit une augmentation de 60%. Ce phénomène est également observé en début d’année 2026.

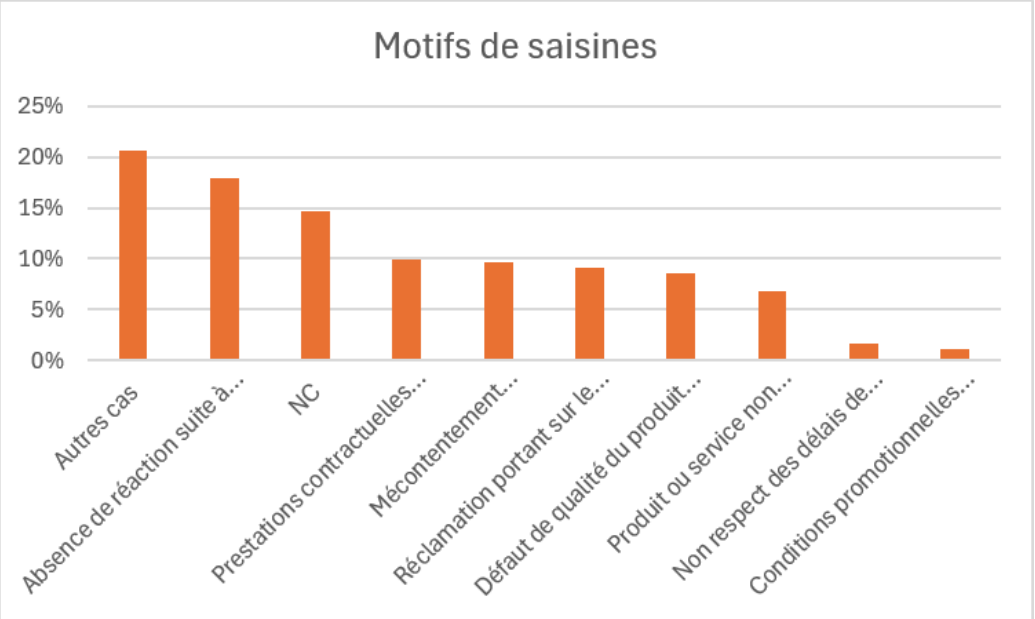
Les saisines se répartissent principalement selon six secteurs, avec des ordres et des poids différents de ceux des adhésions. Si le domaine du transport génère le plus de demandes, le plus souvent refusées par le professionnel, l’immobilier demeure le premier secteur générant des médiations effectives et il continue de croître année après année. Dans ce secteur le dispositif est de mieux en mieux connu et utilisé. En troisième position, nous retrouvons le secteur du commerce, suivi par celui des produits et services à la personne dont les saisines sont principalement liées aux professionnels de crèches et du funéraire. Vient ensuite le secteur banque et finance en 5ème position.

Répartition des saisines par secteur d’activité



3.2. Les questions rencontrées

Motifs de saisines	Nombre de saisines	%
Autres cas	267	21%
Absence de réaction suite à réclamation	232	18%
NC	190	15%
Prestations contractuelles non fournies	128	10%
Mécontentement concernant le produit ou le service rendu	124	10%
Réclamation portant sur le montant de la facture	118	9%
Défaut de qualité du produit ou du service	110	9%
Produit ou service non conforme à la commande	88	7%
Non respect des délais de livraison	21	2%
Conditions promotionnelles non remplies	15	1%



3.3. Litiges traités, recevabilité et motifs de refus

En 2025, 1007 dossiers ont été jugés recevables sur les 1226 demandes valides traitées (nombre de saisines N-1 traitées en année N + saisines années N). Le taux de recevabilité de 82% se compare aux 86% de 2024 et aux 85% de 2023. Sur les 219 dossiers déclarés irrecevables cette année la première cause reste le manque de réclamation préalable avec 143 dossiers ou 65% des cas, alors que nous étions en 2023 à 24%. Nous voyons les consommateurs saisir le médiateur beaucoup plus rapidement, ce qui est une bonne chose, mais parfois confondent la demande de médiation et la réclamation auprès du professionnel.

3.4. L'entrée en médiation, la position des professionnels

En données brutes le taux d'entrée en médiation bien qu'en progression, reste faible avec 105 dossiers traités en 2025 soit 10% contre 14% en 2024. L'analyse plus fine du taux de refus fait apparaitre de grandes disparités selon les secteurs et les professionnels. Les 3 secteurs les plus concernés par les refus d'entrée en médiation sont le transport, l'immobilier et le commerce de produits de grande consommation qui représentent 56% des refus.

	Nombre de saisines recevables	Nombre de médiations effectives	Taux de médiations effectives
A - Commerce de produits de grande consommation/Vente en ligne	204	4	2%
C - Immobilier	205	23	11%
F - Transport	285	0	0%

(*) En tant que médiateur de la consommation, ANM CONSOMMATION s'engage dans une démarche d'analyse et d'action avec tout professionnel refusant quasi systématiquement l'entrée en médiation afin d'assurer au consommateur un recours effectif à la médiation. Le résultat de cette démarche permet dans certains cas d'améliorer le dispositif. Notons le cas d'un professionnel, exerçant dans le domaine du transport et de la livraison à domicile où la médiation est rarement acceptée mais le consommateur, une fois la demande jugée recevable,

est systématiquement indemnisé. Dans un autre cas, les demandes de médiation agissent comme un accélérateur à la résolution de certains dossiers en souffrance. Il reste le cas de professionnels pour qui la médiation peut être vue comme un « trouble » à leur processus de traitement des plaintes. Si les efforts déployés tout au long de la durée du contrat de 3 ans n'apportent aucun résultat quant à l'amélioration de l'effectivité du processus et que les refus systématiques persistent, ANM CONSOMMATION sera amenée à remettre en cause le renouvellement de la convention.

3.5. Durée nécessaire au traitement des litiges

La gestion des délais de traitement des litiges en général et de la recevabilité en particulier demeure une priorité et nécessite une attention constante. La rapidité de la prise en charge favorise une bonne conduite des médiations. En 2025, le délai moyen entre la réception de la demande et la décision de recevabilité est de 11 jours, le délai moyen de traitement des médiations s'établit à 72 jours, contre 59 jours en 2024. Cependant les délais de réponses de la part des professionnels, que ce soit pour l'entrée en médiation ou pour la proposition du médiateur, restent souvent importants, ils ont un impact significatif sur le délai moyen de traitement.
Les analyses de pratique, ainsi que des actions de ''formations/réflexions participatives'', ciblent la problématique de l'incitation des professionnels à accepter les demandes de médiation.

3.6. Les résultats des médiations

105 dossiers de médiations ont été menés à leur terme en 2025.
Sur les 105 dossiers traités, 89 (soit 85% des cas) ont trouvé une issue favorable. Pour 42 dossiers il s'agit d'un accord trouvé entre les parties au cours de la médiation. Les 47 autres dossiers, ont fait l'objet d'une proposition de solution par le médiateur, acceptée par les 2 parties. Il est intéressant de noter que, lorsque que la médiation se met en place, le dispositif joue pleinement son rôle.

Comme pour les saisines de 2024, dans de nombreux cas, même si le professionnel refuse l'entrée en médiation, il se rapproche du consommateur et lui propose une

indemnisation ou une solution spécifique. Bien que ces situations échappent au processus de médiation, la demande jugée recevable sert de rappel, voire d'accélérateur. Il est également à noter que les consommateurs, mais aussi parfois les professionnels, expriment leur satisfaction à l'issue du processus de médiation, insistant sur l'importance d'avoir pu être écoutés et entendus, même lorsque la situation semblait particulièrement bloquée au départ.

3.7. Litiges transfrontaliers -*sans objet*-

3.8. Médiateurs employés exclusivement par un professionnel -*sans objet*-