

# RAPPORT D'ACTIVITÉS ANNUEL

## MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

---

2025





Créé en 1995 par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, le CMAP (Centre de Médiation et d'Arbitrage de Paris) s'appuie aujourd'hui sur plus de 30 ans d'expertise au service de la résolution amiable des conflits.

Le CMAP est référencé en qualité de médiateur de la consommation par la CECMC (Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation), et ce depuis le début de la mise en place de la médiation de la consommation en France, suite à la transposition de la directive 2013/11/UE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

En 2025, le cadre de la médiation de la consommation a été amené à évoluer avec l'adoption, par le Parlement européen et le Conseil, de la directive (UE) 2025/2647 du 16 décembre 2025. Celle-ci doit être transposée en droit français d'ici le 20 mars 2028.

La désignation du CMAP comme médiateur de la consommation nécessite la signature préalable d'une convention entre le professionnel et le CMAP. Cette convention est conforme aux exigences de la CECMC. Le CMAP se tient à la disposition des entreprises pour répondre à leurs interrogations à ce sujet.

Régulièrement saisi de différends entre consommateurs et entreprises, notre Centre a acquis une solide expertise en la matière.

La vocation première du médiateur est d'assister les parties vers la recherche d'une solution amiable. A défaut d'accord, le médiateur proposera une solution. Les médiateurs réalisant des médiations de la consommation pour le compte du CMAP, sont listés sur notre site [www.cmap.fr/Médiation de la consommation - Médiateurs](http://www.cmap.fr/Médiation_de_la_consommation_-_Médiateurs).

Le CMAP intervient dans des secteurs variés, les principaux étant l'équipement de la maison, les activités et manifestations sportives, le commerce non alimentaire généraliste ou spécialisé, la vente en ligne, les équipements informatiques et de communication, la presse, les mutuelles, le commerce alimentaire et non alimentaire généraliste, les agences de voyage, l'équipement de la personne, l'assurance, ainsi que les intermédiaires en opérations de banque, de services de paiement et d'assurance.

Une forte augmentation du nombre de saisines recevables a été observée en 2025 par rapport à l'année précédente. Par ailleurs, la progression du nombre de médiations mises en œuvre s'est poursuivie au cours de cette même année.

Dans les dossiers où l'entreprise n'accepte pas d'entrer en médiation, il est fréquent qu'elle souhaite prendre contact avec le consommateur et traiter sa demande directement avec lui. Lorsqu'une société refuse systématiquement d'entrer en médiation, le CMAP demande les raisons au professionnel afin de vérifier que celui-ci met réellement tout en œuvre pour garantir un recours effectif à son dispositif de médiation.

Les types d'objets de litige incluent la contestation de la qualité d'un produit ou d'une prestation de service, le refus ou la non réception d'un remboursement, le refus d'une demande d'échange ou de réparation, la non livraison d'un produit commandé et payé, ou encore un litige lié à la résiliation d'abonnement.

La conclusion de deux conventions cadres avec la CNCEF et la CNCGP a contribué à une augmentation significative du nombre d'entreprises désignant le CMAP comme médiateur de la consommation. Plus généralement, nous constatons que le recours au CMAP pour la résolution des litiges de consommation connaît une progression constante, dont en atteste le nombre croissant de conventions signées. Cette tendance traduit une meilleure conformité des entreprises à l'obligation de désigner un médiateur de la consommation.

# Chiffres clés



**+ DE 11 000**

sociétés ont désigné le CMAP comme médiateur de la consommation depuis le référencement du CMAP par la Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation de la consommation

**7980**

nouvelles sociétés ont désigné le CMAP comme médiateur de la consommation en 2025

**83 JOURS**  
Délai moyen

entre la décision de recevabilité et la fin de la médiation

**70%**

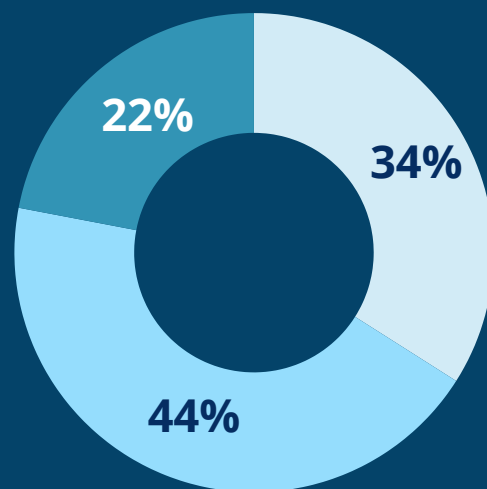
d'accords obtenus en moyenne

**2766**

saisines en 2025, dont 920 recevables

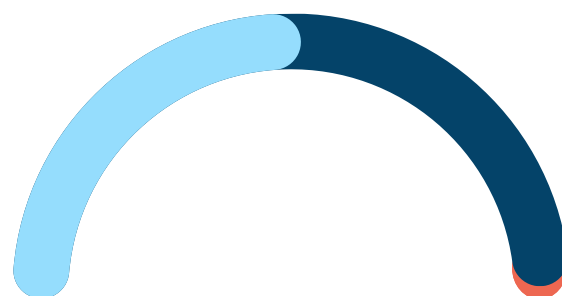
## Saisines du CMAP par les consommateurs 2025

- ✦ Saisines recevables : 34%
- ✦ Saisines irrecevables : 44%
- ✦ Hors champ de la médiation de la consommation : 22%

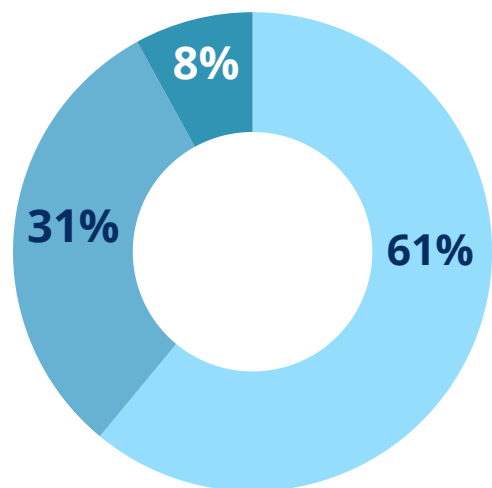


## Saisines irrecevables par motif en %

- ▶ Pas de réclamation écrite préalable : 53%
- ▶ Le litige n'entre pas dans le champ de compétence du médiateur : 46%
- ▶ La demande est introduite dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel : 1%

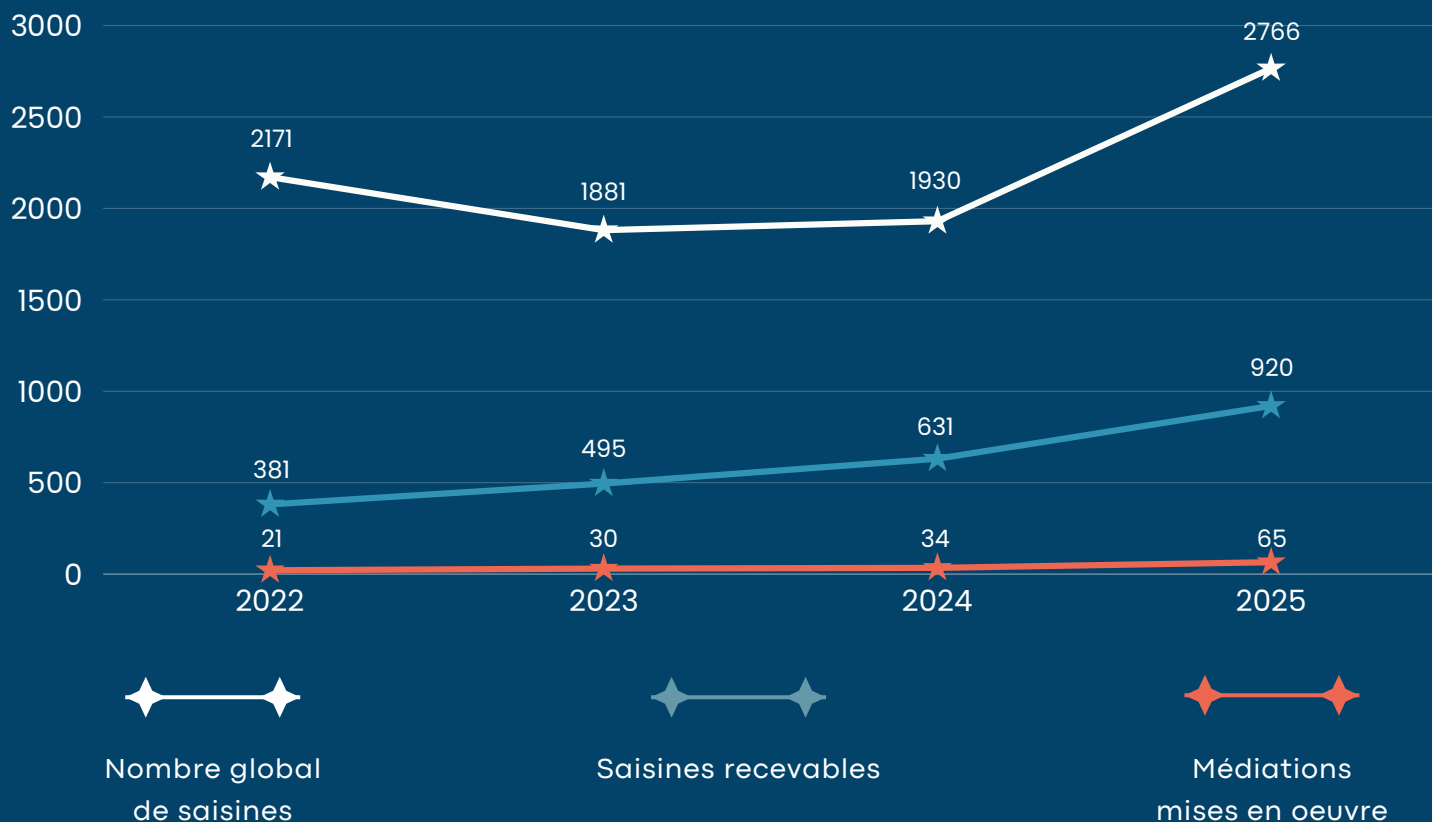


# Issue des médiations mises en oeuvre en 2025



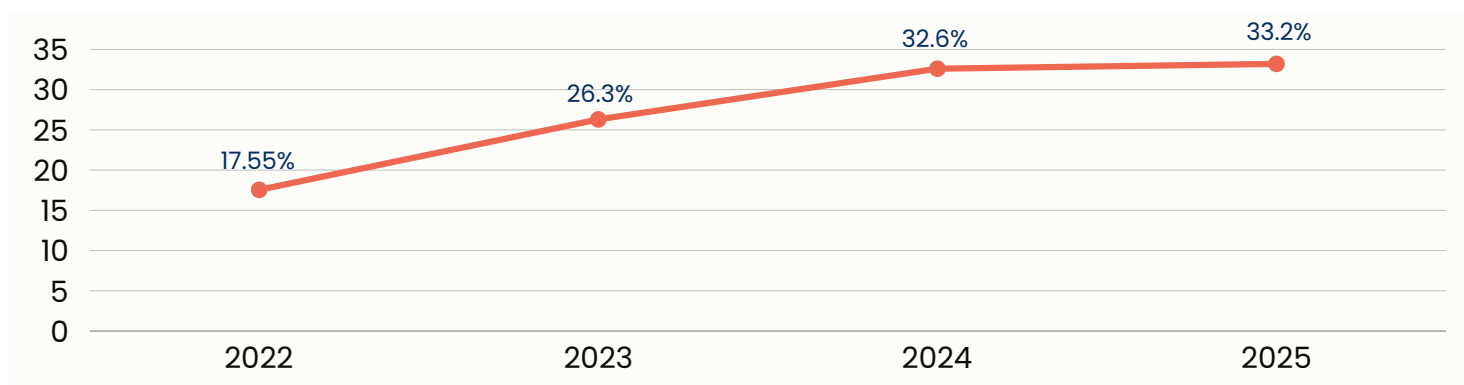
- ◆ Accord sans proposition de solution : 61%
- ◆ Proposition de solution du médiateur refusée par les parties : 31%
- ◆ Proposition de solution du médiateur acceptée par les parties : 8%

## Nombre de saisines traitées par le CMAP





# Evolution du % de saisines recevables



# Professionnels désignant le CMAP en tant que médiateur de la consommation

Nouvelles sociétés désignant le CMAP comme médiateur de la consommation



Nombre total de sociétés désignant le CMAP comme médiateur de la consommation

