

## L'intérêt pour une entreprise de sa médiation

La médiation d'entreprise n'est pas un dispositif nouveau, puisque par exemple, la Médiation du Groupe ENGIE existe depuis 1999 (à l'époque, Médiation de Gaz de France). Il s'agissait alors de mettre en place un dernier recours interne rattaché à la Direction Générale du Groupe, pour toute personne dont le litige persisterait quant à une des activités du fournisseur d'énergie.

L'entreprise instaura ainsi elle-même cette ultime possibilité, en accord avec les associations de consommateurs, avant que le litige ne fasse l'objet d'une action en justice devant les tribunaux étatiques.

Au travers de la directive du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, et de sa transposition dans le droit français et le code de la consommation, est admise et affirmée l'opportunité déjà saisie par plusieurs entreprises de mettre en place leur propre système de médiation. A condition bien entendu de se conformer à un certain nombre de règles de fond et de forme, les critères ayant été renforcés pour les médiateurs dit d'entreprise.

Le statut d'indépendance du médiateur est ainsi établi et l'on peut y voir la reconnaissance de mérites propres à la médiation d'entreprise. D'ailleurs, les textes français permettent également de rétablir une définition plus juste, qui précise bien plus clairement ce type de structure : on parle de « médiateur employé ou rémunéré exclusivement par un professionnel », et des dispositions permettant alors de les rendre indépendants (dont le détail des mesures est indiqué ci-après).

La médiation d'entreprise, traduit aussi la responsabilisation et le basculement vers un nouveau mode de fonctionnement.

**Pour l'entreprise, c'est l'occasion de s'intégrer dans une réelle démarche d'écoute client**, en démocratisant la relation client-entreprise et en renversant le modèle traditionnel top/down qui instaurait une relation verticale entre les deux parties, au profit de l'entreprise. Ici, chacun est écouté, au même titre, quelle que soit sa position : **la médiation de la consommation se doit en effet de rétablir l'asymétrie de la relation entreprise / client.**

**Cette responsabilisation s'appréhende également au regard du fait que, d'elle-même, l'entreprise a souhaité se saisir de la question de la résolution des différends.** Elle a choisi consciemment de mettre en place, une entité qui puisse pointer du doigt les éventuels manquements et le lui faire savoir. Et tout cela, à ses frais, puisque la médiation d'entreprise est gratuite pour le requérant. C'est donc aussi, indirectement, une façon de répondre à ses Responsabilités Sociétales d'Entreprise.

**Le requérant est d'ailleurs lui aussi pleinement acteur de son différend.** Il choisit, ou non, de faire appel à la médiation, plutôt qu'à la justice (dans un premier temps). Il se donne une chance de régler amiablement son litige, en-dehors du cadre judiciaire, avec la partie qu'il met en faute. Il n'est donc pas une partie passive, mais bien un acteur de la décision future. La consécration de la médiation d'entreprise le responsabilise d'autant plus qu'elle crée une offre de médiations. En effet, sauf exception, comme dans le secteur de l'énergie, le consommateur devra choisir son médiateur, dans le cas où un médiateur public et un médiateur privé serait tous les deux compétents pour traiter sa demande. **Il devient ainsi « consom'acteur » et opère des choix qui l'engagent.**

La médiation d'entreprise s'inscrit également dans une démarche de progrès. En effet, elle n'a pas vocation à remplacer les services clients, mais à traiter les cas particuliers les plus complexes. Les cas qui révèlent finalement les éventuelles faiblesses d'un système. Elle oblige l'entreprise à faire face à ses dysfonctionnements, ses erreurs. **D'une certaine manière, l'entreprise instaure une forme de contre-pouvoir interne, qui ne manque pas de la recadrer si besoin.**

**Car le médiateur d'entreprise**, s'il s'attache avant tout à trouver une solution amiable aux différends qui lui sont présentés, **formule également des recommandations**. Ces recommandations sont le fruit d'une réflexion sur les pratiques constatées au sein de l'entreprise, au travers de cas réels. En étant au sein même de l'entreprise et en traitant les différends relatifs à ses activités, il lui est permis d'avoir une vue d'ensemble des problématiques récurrentes et ainsi en informer le professionnel pour qu'il puisse y remédier. Cette démarche peut être plus difficile dans le cas où la médiation serait externalisée.

De plus, **les recommandations ne sont pas formulées à titre purement informatif, mais ont bien pour but d'opérer des changements**. De par sa proximité avec les entités opérationnelles, le médiateur a une bonne connaissance de l'entreprise et de son fonctionnement. Cela lui permet d'avoir une analyse plus rapide et poussée des faits. Ses recommandations s'inscrivent alors dans la réalité du terrain et peuvent faire écho au sein de l'entreprise. En effet, contrairement aux réglementations parfois très lourdes qui visent à réguler une activité par le haut, le médiateur d'entreprise entend faire bouger les choses par le bas, en énonçant, non pas des codes génériques s'appliquant à tous les opérateurs, mais bien des règles spécifiques propres à prendre en compte les particularités de l'entreprise. Elles ont alors d'autant plus d'impact qu'elles sont pertinentes, cohérentes, réalisables. Les entités opérationnelles sont ainsi moins réticentes au fait de les mettre en vigueur. Pour exemple, chez ENGIE, près de 100% des recommandations sont suivies. **La médiation d'entreprise contribue en conséquence fortement à la démarche de progrès du professionnel qui l'a instaurée.**

Il est vrai, qu'à l'inverse, la médiation d'entreprise pourrait se voir reprocher d'être trop profondément ancrée dans la logique de l'entreprise, sans pouvoir prendre le nécessaire recul sur les pratiques et processus de celle-ci. Afin de se prémunir contre un tel risque, **les médiations d'entreprise**, et c'est particulièrement le cas de celle d'ENGIE, **s'inscrivent dans une démarche d'extériorisation, de confrontation avec l'autre**. De par le paysage français des médiations, les médiateurs d'entreprise ont la possibilité d'échanger avec divers types de médiateurs, lesquels peuvent avoir un point de vue différent sur la manière d'appréhender telle ou telle situation. Conscients de leurs propres contradictions, beaucoup n'hésitent pas non plus à mettre en place des processus ayant vocation, là encore, à l'extériorisation. Le dialogue avec les parties prenantes, et notamment les associations de consommateurs, permet la mise en perspective des regards. Mais la démarche est aussi interne. La médiation d'ENGIE, au travers de son équipe, se dote de profils divers, dont certains ne sont pas issus de l'entreprise et peuvent ainsi se détacher et remettre plus facilement en cause les situations qui leur sont soumises.

Le processus même de médiation contribue enfin à cette prise de recul, de par son caractère progressif et structuré, permettant à chaque étape le questionnement sur les faits présentés. Et ce processus est construit autour de **valeurs, les 8 proposées par le Médiateur du Groupe ENGIE étant rappelé en annexe.**

Il est également à noter que la **médiation d'entreprise constitue (encore une fois indirectement) une posture d'orientation clients**. En affichant un dernier recours interne qu'elle ne pilote pas, l'entreprise oblige ses services clients à rechercher l'excellence, car seul le client est juge de décider s'il souhaite ou non solliciter la médiation au regard des réponses qui lui ont été faites. **La médiation consacre donc aussi une volonté d'efficacité et de compétence de la part des services de réclamation.**

Mais tous ces avantages ne seraient pas aussi valorisables, sans certaines garanties. Plus que tout autre, le médiateur d'entreprise se doit de montrer sa diligence dans la manière dont il traite les différends qui lui sont soumis.

Pour assurer **leur indépendance**, les médiations d'entreprise se voient ainsi doter d'un **budget distinct** de celui de l'entreprise. Ce budget est géré à la discrétion du médiateur, sans interférence de la part du professionnel. Il est fixé au regard du volume de l'activité, mais **sans considération des résultats de médiation.**

Indépendance et **transparence** de la médiation d'entreprise sont également assurées via les règles afférentes à la médiation de la consommation, pour les seuls litiges de consommation, qui fixent un certain nombre de garanties.

On pourra notamment citer **l'obligation d'être désigné par un comité collégial paritaire** (composé de représentants de l'entreprise et d'associations de consommateurs) **pour un mandat de trois ans minimum renouvelable**, avec **impossibilité de retravailler dans l'entreprise pendant les trois ans suivant la cessation des activités de médiateur**. Le médiateur d'entreprise doit également prouver, au travers de la rédaction de son contrat de travail, qu'il **n'existe aucun lien de subordination avec l'entreprise et en particulier avec ses entités opérationnelles**. **Son budget doit d'ailleurs être alloué sans considération de résultats**, se distinguer du budget général de l'entreprise et être géré de manière **indépendante**. Le médiateur justifie également de son indépendance au travers de **garanties de compétence quant au droit général et de la consommation, mais aussi quant aux problématiques spécifiques auxquelles il peut être confronté**. Enfin, le médiateur agréé se doit **d'informer la Commission d'Evaluation et de Contrôle de la Médiation de toute affaire dans laquelle pourrait possiblement survenir un conflit d'intérêt.**

La **transparence** est quant à elle assurée au travers d'un certain nombre d'outils et de moyens de communication, telles que la **publication d'un rapport annuel** (sur lequel figure un grand nombre d'informations obligatoires) ou la mise en place d'un **site internet dédié**.

**En ce sens, la médiation d'entreprise, par ses vertus propres, permet à l'entreprise aussi d'intégrer, par adhérence du fait de l'indépendance de la médiation, des actions de progrès qui nourrissent sa responsabilité sociale et sociétale d'entreprise.** En effet, elle est un **vecteur de confiance** (des clients envers le marché) et ce du fait qu'elle rééquilibre les rapports de force entre professionnels et clients et rétablit le dialogue, sur un marché où ces relations peuvent tendre plutôt au clivage. L'objet ici n'est pas de montrer qu'elle est la meilleure forme de médiation, mais d'envisager le fait qu'elle permet une généralisation de l'orientation client. Elle est le symbole de la prise de responsabilité des entreprises dans le traitement de leurs litiges, qui d'elles-mêmes-financent leur propre médiation.

# LES 8 VALEURS DE LA MÉDIATION DU GROUPE ENGIE

## 1 - L'écoute

Équilibrée, disponible et personnalisée. Chaque dossier est un cas particulier. Le Médiateur prend en compte la situation de chaque personne.

Il rétablit si nécessaire l'équilibre entre les parties et s'attache à déceler les vraies questions et les attentes de chacun.

## 2 - Le respect scrupuleux des personnes

Sans a priori et sans jugement.

## 3 - La volonté de rechercher des solutions amiables

En n'hésitant pas à faire appel à la créativité de chacune des parties.

## 4 - L'équité

Une règle ou une pratique, même correctement appliquée, peut être insupportable voire inéquitable dans certaines situations humaines.

## 5 - L'impartialité

Le Médiateur ne se place jamais ni d'un côté, ni de l'autre.

## 6 - Le respect du contradictoire

Le Médiateur veille à ce que chacune des parties ait la possibilité de faire connaître son point de vue à l'autre.

## 7 - La confidentialité

Le contenu du dossier et les faits demeurent anonymes.

## 8 - La transparence

Le bilan annuel de l'activité du Médiateur est présenté dans un rapport à la disposition de tous.

La Médiation étudie toutes les sollicitations qu'elle reçoit, et les traite suivant leur nature.

Elles sont :

- soit confiées pour traitement\* aux services concernés du Groupe, et suivies par la Médiation jusqu'à résolution.

- soit, en dernier recours amiable, traitées au sein de l'équipe Médiation.

Dans ce cas, une relation personnalisée est établie par la Médiation avec le client.

Par un contact préalable avec le client au téléphone, lui sont présentées « Les 8 Valeurs de la Médiation ».

Après une étude approfondie du dossier, une solution personnalisée est, in fine, proposée au client par lettre.



\* voir conditions d'éligibilité des dossiers sur le site internet du Médiateur [www.mediateur-engie.com](http://www.mediateur-engie.com) ou Article 3.3 Analyse et orientation de la demande du requérant de la Charte de la Médiation ENGIE.