

# RAPPORT ANNUEL 2025





## Le mot de la Présidente

L'année 2025 confirme la progression, la stabilité et la crédibilité de l'AME CONSO dans le champ de la médiation de la consommation.

Avec **3.051** saisines enregistrées et **2.917** saisines traitées, l'activité de l'AME CONSO poursuit son développement, tout en maintenant des délais de traitement particulièrement courts : **12 jours** en moyenne pour la décision de recevabilité ou d'irrecevabilité et **32 jours** en moyenne entre la décision de recevabilité et la clôture de la médiation.

En 2025, **20.413** professionnels ont fait confiance de l'AME CONSO. Cette progression témoigne de la confiance renouvelée des acteurs économiques et de l'importance croissante de la médiation de la consommation dans la résolution amiable des différends.

L'année a également mis en évidence la nécessité de poursuivre notre travail pédagogique auprès des professionnels et des consommateurs. La médiation n'est ni un service après-vente ni un contentieux simplifié : elle demeure un espace neutre, confidentiel, impartial et constructif, destiné à favoriser le dialogue et la recherche d'une solution équilibrée, dans l'intérêt de tous.

Je remercie l'ensemble des membres médiateurs, l'équipe administrative et nos partenaires pour leur engagement constant au service d'une médiation indépendante, efficace et accessible.

**Angela ALBERT**  
Présidente de l'AME CONSO

### Quelques chiffres clés

**20.413**

professionnels couverts

**3.051**

saisines reçues

**2.917**

saisines traitées

**12**

jours pour statuer sur la  
recevabilité

## Table des matières

1. Présentation de l'AME CONSO .....	4
1. Les membres médiateurs .....	4
2. Formation continue .....	4
2. Champ de compétence de l'AME CONSO .....	4
3. Professionnels couverts par l'AME CONSO .....	5
4. L'activité de l'AME CONSO en 2025 .....	5
5. Saisines irrecevables : motifs d'irrecevabilité .....	6
1. Hors champ de la médiation de la consommation .....	6
2. Irrecevabilités par motif.....	6
6. Les saisines recevables .....	7
1. Médiations recevables non menées à leur terme .....	7
2. Médiations menées à leur terme.....	7
7. Répartition par secteurs d'activité.....	8
8. Délais de traitement de l'AME CONSO .....	9
9. Nature des litiges les plus fréquemment rencontrés.....	9
10. Observations, recommandations et conclusion .....	10
1. Observations générales .....	10
2. Recommandations.....	10
11. Conclusion.....	11
12. Charte de l'AME CONSO – synthèse* .....	11
13. Détail sectoriel extrait 2025 .....	13

## 1. Présentation de l'AME CONSO

L'entité de médiation de la consommation AME CONSO a été référencée par la CECMC le 27 juillet 2016. Elle intervient dans le cadre des dispositions du Code de la consommation relatives à la médiation des litiges de la consommation.

Son siège est situé au 197 Boulevard Saint-Germain, 75007 Paris. Son site internet est : [www.mediationconso-ame.com](http://www.mediationconso-ame.com).

Les membres médiateurs de l'AME CONSO possèdent des compétences en médiation, ainsi que de solides connaissances juridiques et sectorielles. Ils exercent leur mission en toute indépendance, dans le respect des principes d'impartialité, de confidentialité, de compétence et de diligence.

### 1. Les membres médiateurs

Les médiateurs ne peuvent être désignés lorsqu'ils ont eu un lien personnel ou professionnel, direct ou indirect, avec le consommateur ou le professionnel. Ils sont soumis à une obligation stricte de confidentialité sur les échanges, les pièces et les informations communiquées dans le cadre du processus de médiation.

### 2. Formation continue

L'AME CONSO poursuit une politique de formation continue afin de maintenir un haut niveau de compétence, notamment dans les secteurs les plus fréquemment rencontrés : équipement de la maison, vente en ligne, immobilier, travaux, déménagement, tourisme, loisirs et services à la personne.

## 2. Champ de compétence de l'AME CONSO

L'AME CONSO intervient dans le cadre des litiges contractuels de consommation opposant un consommateur à un professionnel ayant adhéré effectivement au dispositif de médiation de l'AME CONSO.

Domaines d'interventions	
Commerce de produits de grande consommation	Commerce électronique et vente hors magasin
Immobilier et logement	Energie, eau et assainissement
Travaux du bâtiment et aménagement	Transport public de voyageurs et marchandises
Véhicules	Finance, banque, assurance, mutuelle
Communication, téléphonie et services postaux	Hôtellerie et restauration
Tourisme et voyage	Culture, loisirs et sport
Bricolage, jardinage et animaux	Produits et services à la personne
Enseignement	Services juridiques
Services d'assistance et d'intermédiation	Franchise

### 3. Professionnels couverts par l'AME CONSO

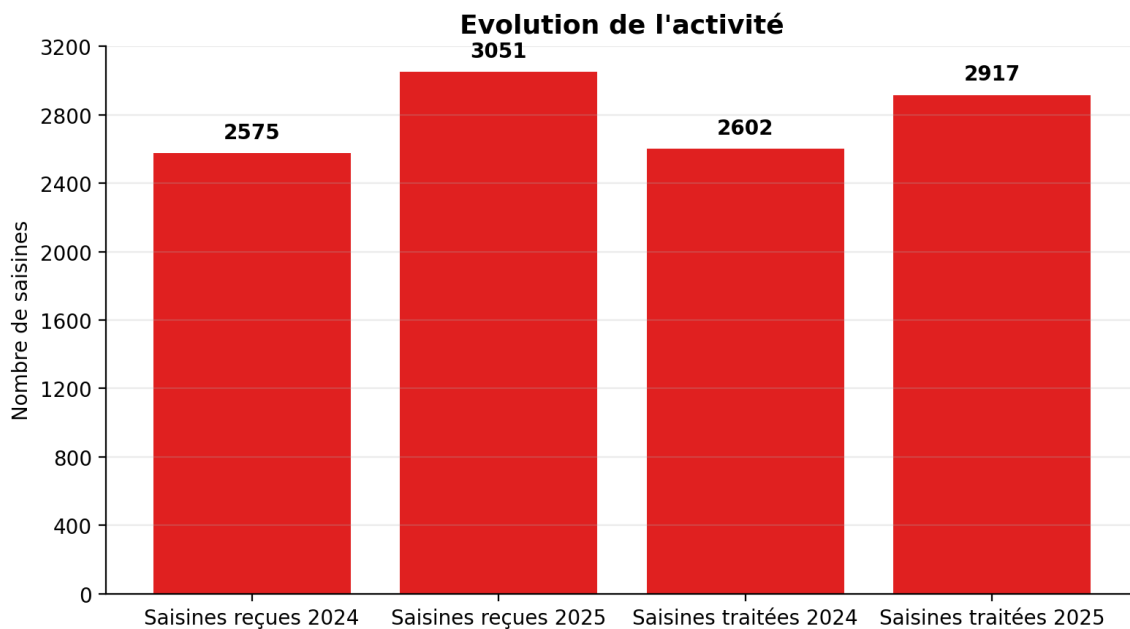
En 2025, AME CONSO couvrait **20413** professionnels, contre **18459** en 2024, soit une progression de **10,6 %**.

<b>18.459</b>	<b>20.413</b>	<b>+1.954</b>	<b>10,6 %</b>
2024	2025	évolution	progression

### 4. L'activité de l'AME CONSO en 2025

Les saisines reçues au cours de l'année 2025 sont au nombre de **3051**. Les saisines effectivement traitées en 2025 sont au nombre de **2917**, incluant les dossiers en cours au 1er janvier 2025.

Indicateur	2025
Saisines en cours au 1er janvier 2025	311
Saisines enregistrées au cours de l'année 2025	3 051
Saisines en cours au 31 décembre 2025	445
Nombre global de saisines traitées en 2025	2 917



Par rapport à 2024, le nombre de saisines reçues progresse de **18,5 %** et le nombre de saisines traitées de **12,1 %**.

<b>2.917</b>	<b>2.290</b>	<b>247</b>	<b>380</b>
saisines traitées	saisines recevables	hors champ	irrecevables

## 5. Saisines irrecevables : motifs d'irrecevabilité

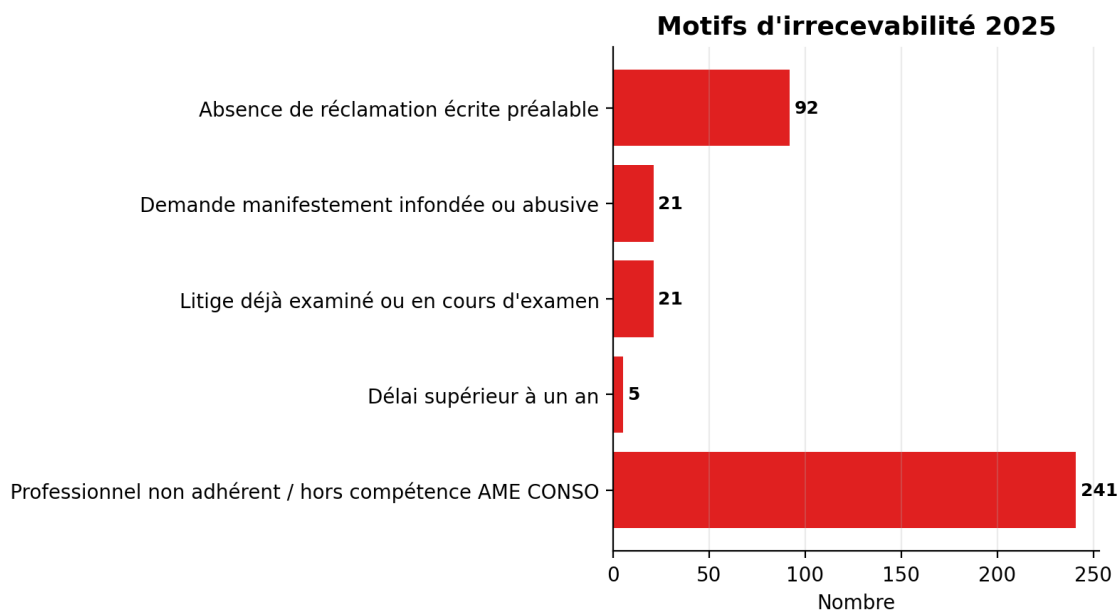
Sur **2917** saisines reçues, **247** ont été déclarées hors champ de la médiation de la consommation et **380** ont été déclarées irrecevables au sens des critères de recevabilité applicables.

### 1. Hors champ de la médiation de la consommation

L'AME CONSO a identifié **247** saisines hors champ de la médiation de la consommation. Ces dossiers ne relevaient pas d'un litige de consommation entrant dans le périmètre légal du dispositif.

### 2. Irrecevabilités par motif

Motif d'irrecevabilité	Nombre
Absence de réclamation écrite préalable	92
Demande manifestement infondée ou abusive	21
Litige déjà examiné ou en cours d'examen	21
Délai supérieur à un an	5
Professionnel non adhérent / hors compétence AME CONSO	241
Total	380



Le motif le plus fréquent demeure l'absence d'adhésion effective du professionnel au dispositif AME CONSO, ou l'absence de compétence de l'entité au regard du professionnel concerné.

Ce constat confirme la nécessité de poursuivre l'information des professionnels sur leurs obligations et sur les conditions d'un référencement conforme du médiateur.

## 6. Les saisines recevables

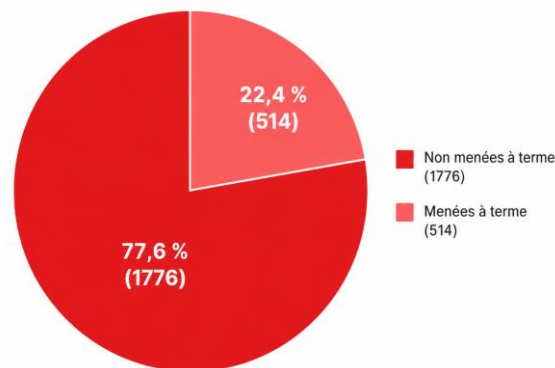
Les saisines recevables sont au nombre de **2290**, soit **78,5 %** des saisines traitées en 2025.

### 1. Médiations recevables non menées à leur terme

**1776** saisines recevables n'ont pas été menées à leur terme, dont **1581** refus du professionnel d'entrer en médiation. Cela représente **69,0 %** des saisines recevables.

Lorsque les motifs sont communiqués, les refus peuvent notamment s'expliquer par une reprise de négociation directe, par la considération du professionnel d'avoir déjà fait une concession suffisante, par la crainte d'un effet « Boule de neige » ou par une incompréhension du rôle de la médiation de la consommation.

Répartition des saisines recevables



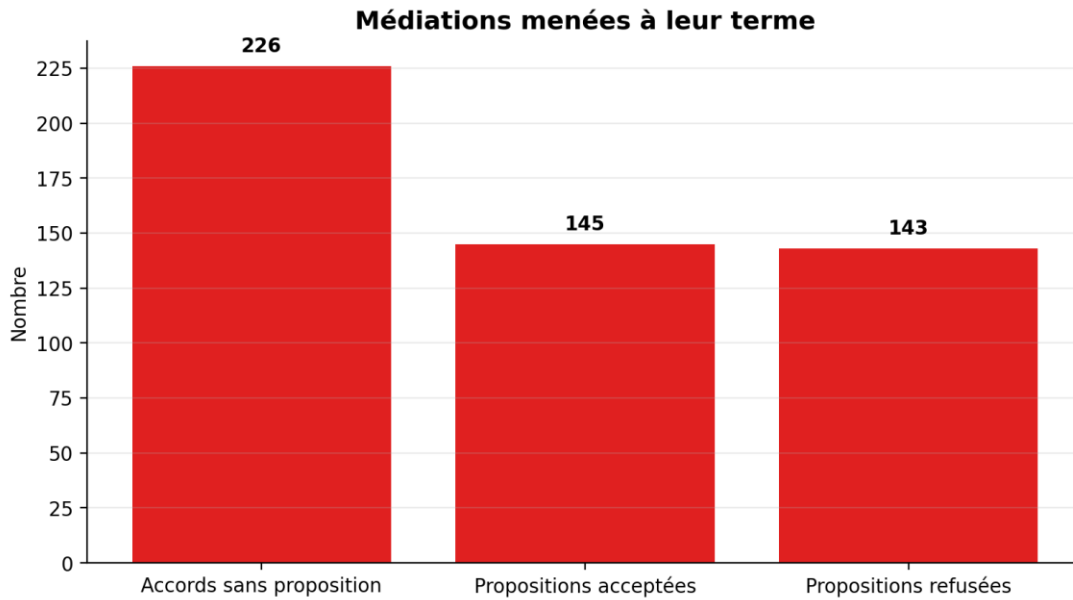
### 2. Médiations menées à leur terme

**514** médiations recevables ont été menées à leur terme. Elles se décomposent comme suit :

- **226** accords entre les parties sans proposition de solution,
- **145** propositions acceptées et **143** propositions refusées.

Soit un équilibre presque parfait entre les propositions de solution acceptées et refusées.

Issue des médiations menées à leur terme	Nombre	Part
Accord entre les parties sans proposition du médiateur	226	44,0 %
Propositions de solution acceptées par les parties	145	28,2 %
Propositions de solution refusées par les parties	143	27,8 %
Dont refusées par le consommateur	27	
Dont refusées par le consommateur et le professionnel	19	
Dont refusées par le professionnel	97	

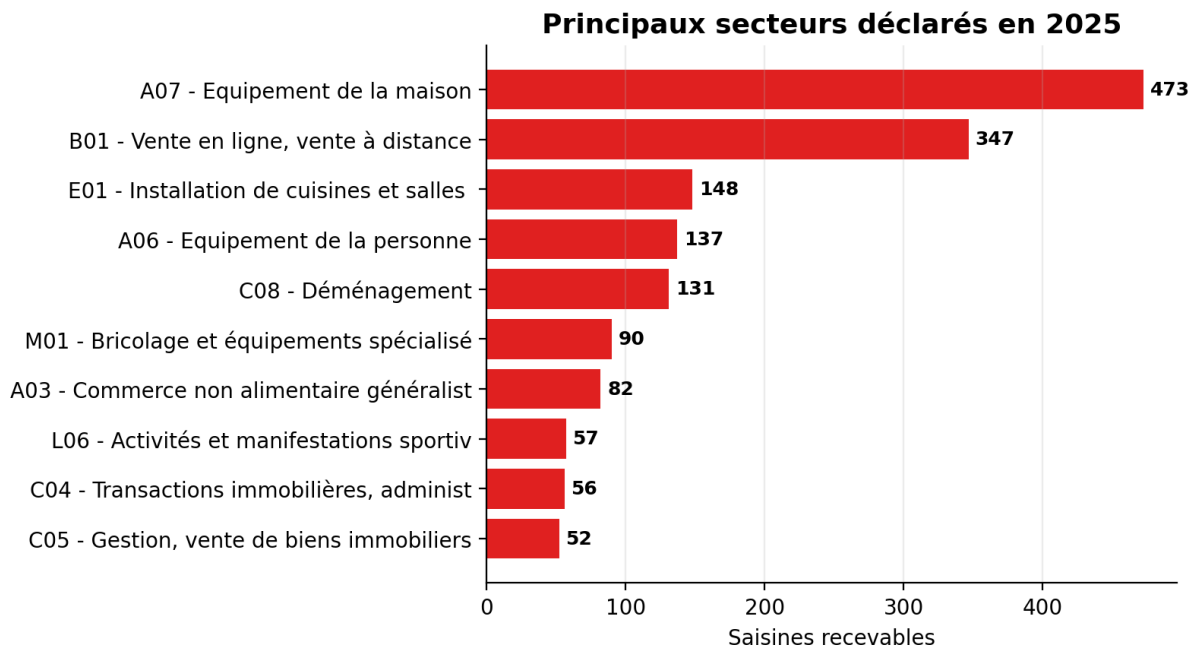


Le nombre de propositions de solution favorables, partiellement ou totalement, aux consommateurs s'élève à **288**.

## 7. Répartition par secteurs d'activité

La grille de saisie 2025 renseigne la répartition sectorielle des saisines recevables dans les secteurs pour lesquels des refus d'entrer en médiation ont été déclarés.

Les secteurs les plus représentés demeurent l'équipement de la maison, la vente en ligne, l'installation de cuisines et salles de bains, l'équipement de la personne et le déménagement.



Code	Secteur	Refus pro	Saisines recevables	Taux de refus
A07	Equiperment de la maison	315	473	66,6 %
B01	Vente en ligne, vente à distance	248	347	71,5 %
E01	Installation de cuisines et salles de bains	94	148	63,5 %
A06	Equiperment de la personne	99	137	72,3 %
C08	Déménagement	85	131	64,9 %
M01	Bricolage et équipements spécialisés	56	90	62,2 %
A03	Commerce non alimentaire généraliste ou spécialisé	52	82	63,4 %
L06	Activités et manifestations sportives	48	57	84,2 %
C04	Transactions immobilières, administration de biens immobiliers	40	56	71,4 %
C05	Gestion, vente de biens immobiliers	37	52	71,2 %

Les chiffres sectoriels doivent être lus comme une photographie des secteurs renseignés dans la grille 2025. Certains secteurs sans refus déclaré peuvent ne pas apparaître dans ce tableau sectoriel.

## 8. Délais de traitement de l'AME CONSO

Le délai moyen entre la réception des réclamations et la notification de la recevabilité ou de l'irrecevabilité est de **12 jours**.

Le délai moyen entre la notification de recevabilité et la fin de la médiation est de **32 jours**.

<b>12 jours</b>	<b>32 jours</b>	<b>0</b>	<b>445</b>
recevabilité / irrecevabilité	recevabilité à clôture	litiges transfrontières	saisines en stock final

Ces délais particulièrement courts résultent d'une organisation administrative renforcée, d'une vigilance sur la rapidité de qualification des demandes et d'un suivi rapproché de la position des professionnels sur leur acceptation ou leur refus d'entrer en médiation.

## 9. Nature des litiges les plus fréquemment rencontrés

L'analyse des dossiers en 2025 confirme les tendances déjà observées :

- les litiges portent principalement sur la conformité des biens ou prestations,
- les retards d'exécution,
- les difficultés de remboursement,
- les désaccords sur les garanties,
- les frais ou honoraires,
- les conditions de résiliation.

Secteur	Litiges récurrents
Equipped de la maison	Non-conformité, défauts de fabrication, livraison, montage, garantie et service après-vente.
Vente en ligne	Retards ou absence de livraison, droit de rétractation, remboursement, conformité des produits.
Cuisine et salle de bains	Retards de pose, non-conformités, réserves à la réception, facturation complémentaire.
Immobilier et gestion	Restitution de dépôt de garantie, honoraires, obligations d'information, suivi contractuel.
Déménagement	Casse, perte, retards, contestation du cubage, facturations additionnelles.
Loisirs, sport et tourisme	Annulations, reports, remboursements, suspension d'abonnements ou de prestations.

## 10. Observations, recommandations et conclusion

### 1. Observations générales

L'année 2025 met en évidence une progression du nombre de professionnels adhérents à l'AME CONSO et une hausse de l'activité, tout en conservant un taux de recevabilité élevé et des délais de traitement très inférieurs aux délais légaux.

Deux points de vigilance demeurent toutefois essentiels : d'une part, le niveau important de refus des professionnels d'entrer en médiation et d'autre part, les difficultés persistantes liées aux professionnels qui mentionnent l'AME CONSO sur leurs CGV sans avoir effectivement adhéré au dispositif et désigné l'AME CONSO.

### 2. Recommandations

- Renforcer la sensibilisation des professionnels sur leurs obligations légales et sur la nécessité d'une convention effective.
- Encourager une implication réelle dans le processus de médiation, au-delà d'une approche purement formelle.
- Poursuivre l'effort de pédagogie auprès des consommateurs afin de rappeler le rôle neutre, non contraignant et équilibré de la médiation.
- Maintenir un haut niveau de formation des membres médiateurs, notamment dans les secteurs à forte volumétrie, ou dans les secteurs réglementés.
- Poursuivre le dialogue institutionnel avec la CECMC et les acteurs de la médiation pour améliorer la lisibilité et l'efficacité du dispositif.

## 11. Conclusion

L'année 2025 confirme pleinement la place de l'AME CONSO comme acteur reconnu et engagé de la médiation de la consommation. Dans un contexte où les relations entre consommateurs et professionnels demeurent parfois complexes, la médiation apparaît plus que jamais comme un outil indispensable de dialogue, d'apaisement et de résolution amiable des différends.

L'activité enregistrée au cours de l'année témoigne de la confiance croissante accordée à l'AME CONSO, tant par les professionnels que par les consommateurs. La progression du nombre de professionnels ayant désigné l'AME CONSO, l'augmentation des saisines reçues et le volume important de dossiers traités démontrent l'ancrage du dispositif dans les pratiques de règlement des litiges de consommation. Ces résultats traduisent également la capacité de l'AME CONSO à absorber une activité soutenue tout en maintenant une organisation rigoureuse, réactive et conforme aux exigences légales.

Les délais de traitement observés en 2025 constituent un indicateur particulièrement positif. Ils illustrent l'efficacité du travail administratif réalisé dès la réception des demandes, la vigilance portée à l'analyse de la recevabilité et le suivi attentif des dossiers tout au long du processus. Cette réactivité est essentielle, car elle permet aux consommateurs comme aux professionnels de bénéficier d'un cadre clair, rapide et sécurisé, sans pour autant remettre en cause la qualité de l'examen des situations individuelles.

L'année 2025 met également en lumière plusieurs points de vigilance. Le nombre important de médiations recevables qui ne sont pas menées à leur terme, notamment en raison du refus de certains professionnels d'entrer en médiation, rappelle que la médiation de la consommation ne peut produire pleinement ses effets que si elle est comprise et investie par l'ensemble des parties. La médiation ne doit pas être perçue comme une contrainte formelle, mais comme une véritable opportunité de renouer le dialogue, de prévenir l'escalade conflictuelle et de rechercher une solution équilibrée.

De même, les difficultés liées à l'identification de professionnels non effectivement adhérents, ou mentionnant un médiateur sans convention valable, confirment la nécessité de poursuivre les actions d'information et de pédagogie. Il est essentiel que les professionnels disposent d'une compréhension précise de leurs obligations, tant en matière de désignation effective d'un médiateur que d'information loyale et accessible du consommateur, en proposant une médiation efficace et efficiente.

Cette exigence participe directement à la lisibilité, à la crédibilité et à l'efficacité du dispositif de médiation de la consommation.

Les résultats obtenus dans les médiations menées à leur terme démontrent toutefois que, lorsque le processus est accepté et conduit jusqu'à son aboutissement, il permet de réelles avancées. Les accords intervenus entre les parties, ainsi que les propositions de solution acceptées, montrent que la médiation constitue un espace utile, souple et constructif, dans lequel chacun peut être entendu. Elle permet souvent de dépasser une logique strictement contentieuse pour rechercher une issue pragmatique, proportionnée et adaptée à la situation particulière du litige.

L'AME CONSO entend donc poursuivre son action avec la même exigence d'indépendance, d'impartialité, de confidentialité, de compétence et de diligence. Elle continuera à accompagner les consommateurs dans l'accès à un dispositif gratuit et accessible, tout en sensibilisant les professionnels à l'intérêt d'une participation active et responsable au processus de médiation.

Pour l'avenir, l'AME CONSO poursuivra ses efforts de formation continue de ses médiateurs, de consolidation de ses méthodes de suivi des dossiers et de dialogue avec les acteurs institutionnels de la médiation de la consommation. L'objectif demeure constant : renforcer la qualité du service rendu, améliorer la compréhension du dispositif et contribuer, par la médiation, à des relations économiques plus équilibrées, plus transparentes et plus apaisées.

Ainsi, l'année 2025 confirme que la médiation de la consommation n'est pas seulement un mécanisme légal de règlement des litiges, mais elle est également un outil de confiance, de responsabilisation et de pacification des relations entre consommateurs et professionnels.

Forte de son expérience, de son engagement et de la mobilisation de ses membres médiateurs, l'AME CONSO entend continuer à remplir sa mission avec rigueur, pédagogie et efficacité, au service d'une médiation indépendante, accessible et utile à tous.

## **12. Charte de l'AME CONSO – synthèse\***

La médiation de la consommation est un mode amiable de résolution des litiges, gratuit pour le consommateur et mis en œuvre uniquement à sa demande. Le professionnel en assure la charge financière.

Elle s'applique aux litiges contractuels, nationaux ou transfrontaliers, entre un consommateur et un professionnel, portant sur l'exécution d'un contrat de vente ou de fourniture de services.

Les membres médiateurs de l'AME CONSO s'engagent à respecter les principes d'indépendance, d'impartialité, de compétence, de diligence et de confidentialité. Ils ne peuvent être désignés en cas de lien personnel ou professionnel avec l'une des parties.

Le consommateur doit justifier d'une réclamation écrite préalable auprès du professionnel. La demande ne doit pas être manifestement infondée ou abusive, ne doit pas avoir déjà été examinée par un autre médiateur ou un tribunal, doit être introduite dans le délai légal et doit relever du champ de compétence de l'AME CONSO.

*\*Le document intégral est reproduit sur le site internet AME CONSO et joint en annexe à toutes les conventions d'adhésion.*

### 13. Détail sectoriel extrait 2025

Tableau des secteurs renseignés dans la grille 2025 avec, pour chacun, le nombre de refus des professionnels d'entrer en médiation et le nombre de saisines recevables associé.

Code	Secteur	Refus pro	Recevables	Taux refus
A03	Commerce non alimentaire généraliste ou spécialisé	52	82	63,4 %
A06	Equiperment de la personne	99	137	72,3 %
A07	Equiperment de la maison	315	473	66,6 %
A08	Horlogerie, bijouterie	23	28	82,1 %
B01	Vente en ligne, vente à distance	248	347	71,5 %
B04	Vente en réunion	2	2	100,0 %
B05	Vente directe, démarchage	9	10	90,0 %
C01	Promotion, construction	13	15	86,7 %
C03	Ingénierie, expertises	1	1	100,0 %
C04	Transactions immobilières, administration de biens immobiliers	40	56	71,4 %
C05	Gestion, vente de biens immobiliers	37	52	71,2 %
C07	Syndics de copropriétés	4	4	100,0 %
C08	Déménagement	85	131	64,9 %
D04	Energies renouvelables	14	16	87,5 %
E01	Installation de cuisines et salles de bains	94	148	63,5 %
E02	Installation de piscines	13	18	72,2 %
E03	Installation et réparation d'équipements	28	44	63,6 %
E04	Aménagement de l'habitat, travaux d'installation, réparation, rénovation	10	13	76,9 %
E07	Dépannages urgents à domicile	2	2	100,0 %
F04	Taxis, véhicules de transport avec chauffeur (VTC)	3	4	75,0 %
F05	Transport maritime, transport fluvial	10	11	90,9 %
F06	Transport aérien	40	41	97,6 %
G01	Construction et/ou commerce de véhicules	14	18	77,8 %
G03	Location de courte durée de véhicules	3	3	100,0 %
G04	Accessoires pour véhicules	1	1	100,0 %
G08	Stationnement des véhicules	5	10	50,0 %
H03	Intermédiaires en opérations de banque, services de paiement et assurance	1	1	100,0 %
H06	Mutuelles	1	4	25,0 %
I03	Téléphonie, Internet, communications électroniques	2	2	100,0 %
H04	Recouvrement de créances	1	1	100,0 %
J01	Hôtellerie	7	15	46,7 %
J03	Restauration	1	1	100,0 %
K01	Agences de voyage, voyagistes	14	15	93,3 %
K02	Villages, clubs de vacances	9	34	26,5 %
K03	Biens immobiliers saisonniers et temporaires	1	2	50,0 %
K05	Hôtellerie de plein air	1	1	100,0 %
L01	Biens culturels	1	1	100,0 %
L03	Articles de puériculture, jouets	1	2	50,0 %
L04	Articles de sport, articles de loisirs	1	1	100,0 %
L06	Activités et manifestations sportives	48	57	84,2 %
L07	Activités récréatives et de loisirs	1	2	50,0 %

L08	Théâtres, spectacles, musées	4	8	50,0 %
L09	Cinéma	17	20	85,0 %
M01	Bricolage et équipements spécialisés	56	90	62,2 %
M03	Aménagement paysager	2	8	25,0 %
M04	Jardinerie, animalerie	1	1	100,0 %
N01	Parfumerie, produits de beauté	2	3	66,7 %
N03	Matériels et dispositifs médicaux	6	11	54,5 %
N04	Coiffure, instituts de beauté	3	4	75,0 %
N05	Services d'esthétique corporelle	2	3	66,7 %
N07	Services à domicile	22	34	64,7 %
N08	Crèches, assistantes maternelles	7	9	77,8 %
N09	Maisons de retraite, établissements d'hébergement	15	34	44,1 %
O01	Etablissements privés d'enseignement	5	10	50,0 %
O02	Enseignement à distance	5	10	50,0 %
O05	Formation pour adultes	1	3	33,3 %
Q06	Activités d'enquête	1	1	100,0 %
Q07	Sécurité privée, surveillance	4	7	57,1 %
R01	Franchise	1	2	50,0 %