ARÇHE
HYPNOSE

Code déontologique des praticiens de l'ARCHE

Article 1 : Respect des droits fondamentaux

L'hypnologue exerce sa mission dans le respect de la dignité humaine, de la vie personnelle, privée et familiale de la personne.

Article 2 : Moralité, probité et humanité

Les principes essentiels de la profession guident le comportement de l'hypnologue en toutes circonstances. L'hypnologue exerce ses fonctions avec indépendance, probité et humanité. Les relations de confiance ne peuvent exister que s'il n'y a aucun doute sur l'honneur personnel, la probité et l'intégrité de l'hypnologue. Ces vertus traditionnelles sont des obligations professionnelles. Il est fait interdiction d'exercer sous un pseudonyme. La personne de l'hypnologue doit être parfaitement identifiable notamment au moyen de son nom et prénom. Il respecte, dans son exercice, les principes de loyauté, de confraternité, de délicatesse, de modération et de courtoisie. Il fait preuve, à l'égard de ses clients, de compétence, de dévouement, de diligence et de prudence.

Article 3 : Indépendance

La profession d'hypnologue est une profession libérale et indépendante quel que soit son mode d'exercice. Elle ne peut être aliénée. La multiplicité des devoirs incombant à l'hypnologue lui impose une indépendance absolue, exempte de toute pression, notamment de celle résultant de ses propres intérêts ou d'influences extérieures.

Article 4 : Secret professionnel

Le secret professionnel, institué dans l'intérêt des clients, s'impose à tout hypnologue. Le secret couvre tout ce qui est venu à la connaissance de l'hypnologue dans l'exercice de sa profession, c'est-à-dire non seulement ce qui lui a été confié mais aussi ce qu'il a vu, perçu, entendu, compris ou ressenti. Le secret professionnel est général et illimité dans le temps sous réserve des strictes exigences de la propre défense de l'hypnologue devant toute juridiction. L'hypnologue est relevé de son obligation professionnelle en cas de raison éminente et impérieuse. Lorsqu'il a connaissance qu'un mineur est exposé à un risque d'une particulière gravité ou que celui-ci subit tout acte de nature sexuelle ou relevant d'une qualification criminelle, il avertit le procureur ou toute autre autorité compétente. L'hypnologue n'encourt aucune sanction professionnelle s'il fournit, malgré son obligation de secret, des éléments permettant d'éviter un danger actuel ou à venir d'une particulière gravité. L'hypnologue fait respecter le secret professionnel par les membres de son secrétariat et par toute personne qui coopère avec lui dans son

activité professionnelle. Le secret peut être partagé en cas de difficulté particulièrement sérieuse commandant à l'hypnologue de requérir le conseil de ses confrères.

Article 5 : Intérêt du client

L'hypnologue a l'obligation de poursuivre au mieux les intérêts de son client, par rapport à ses propres intérêts, conceptions ou à ceux de ses confrères. Les décisions de l'hypnologue quant au protocole à adopter respectent l'objectif défini avec le client. Le cas échéant, l'hypnologue doit prendre en compte l'impact négatif qu'un changement pourrait produire sur « l'environnement » du client et en informer celui-ci. L'hypnologue fournit une information loyale, claire et appropriée sur sa compétence et sur le déroulement de la séance. Il tient compte de la personnalité du client dans ses explications et veille à leur compréhension. L'hypnologue n'use pas de sa position de confiance à des fins personnelles, de prosélytisme ou d'abus de l'état de faiblesse éventuelle de son client.

Article 6 : Clause de conscience

L'hypnologue se décharge de toute mission contraire aux principes déontologiques de sa profession ou mettant en péril son indépendance. Si le lien de confiance qui relie l'hypnologue et le client est gravement altéré, celui-ci peut décider d'interrompre sa mission. Si l'objectif défini ne relève pas de la compétence de l'hypnologue, celui-ci se déporte et l'oriente vers un professionnel de la discipline adéquate (médecine générale, psychiatrie, psychologie…). L'hypnologue doit écouter, informer et conseiller avec la même conscience toutes les personnes sans discrimination.

Article 7 : Principe de non-discrimination

L'origine, les mœurs, la situation de famille, le handicap ou l'état de santé, l'appartenance vraie ou supposée à une ethnie, une nation, une religion déterminée, ou à un courant politique ne peuvent constituer un motif valable pour poser sa clause conscience. L'hypnologue appelé à donner une consultation à un mineur ou à un majeur protégé doit recueillir le consentement éclairé d'au moins un parent ou du représentant légal.

Article 8 : Honoraires

L'hypnologue doit informer son client du montant de ses honoraires. Le montant de ceux-ci doit être fixé avec tact, équité et mesure notamment eu égard à la situation financière du client. Une caisse commune de solidarité permettra le cas échéant d'indemniser l'hypnologue prenant en charge des indigents.

Article 9 : Compétence et formation

Pour exercer, l'hypnologue doit être titulaire du diplôme de Praticien délivré ou reconnu équivalent par l'un des signataires de ce présent code et doit avoir suivi une supervision pendant une période d'une année sauf à faire valider son expérience et sa compétence par ses pairs. Il doit satisfaire tout au long de son exercice aux exigences de moralité et respecter les principes déontologiques de la profession. L'hypnologue doit entretenir et perfectionner ses connaissances et ses compétences professionnelles en tenant compte des évolutions techniques, scientifiques et éthiques de la profession. Il doit participer à des actions de formation continue et peut participer à l'évaluation des pratiques professionnelles.

ads

Article 10 : Publicité

La publicité est permise à l'hypnologue si elle procure une information loyale au public et si sa mise en œuvre est fidèle aux principes essentiels de la profession. La publicité inclut la diffusion d'informations sur la nature des prestations de services proposées, dès lors qu'elle est exclusive de toute forme de démarchage. Prohibition de toute publicité mensongère ou contenant des renseignements inexacts ou fallacieux, mentions hyperboliques ou comparatives ou susceptibles de créer l'apparence d'une qualification professionnelle non reconnue. L'hypnologue peut recourir à tous moyens légaux permettant d'assurer sa publicité personnelle, dès lors que sont respectées les dispositions du présent article.

Article 11 : Confraternité et réputation de la profession

La confraternité exige des relations de confiance et de respect entre hypnologues, dans l'intérêt du client et de la réputation de la profession. L'hypnologue reconnaît comme confrère toute personne compétente dans sa pratique de l'hypnose et respectueuse des principes éthiques, et maintient à son égard un comportement confraternel, digne et loyal. Les hypnologues se doivent assistance dans l'adversité ou dans la difficulté. En cas de différend avec un confrère, l'hypnologue doit rechercher une conciliation, au besoin par l'intermédiaire du comité éthique. Tout hypnologue doit veiller constamment à ne pas déconsidérer la profession ou ses confrères par un comportement indigne, même en dehors du cadre de son exercice professionnel.

Article 12 : Concurrence, clientèle et assurance

L'hypnologue d'exercice libéral ne doit pas détourner à son profit les clients d'un confrère ou ceux qui lui sont confiés de façon temporaire. Est proscrite toute pratique constituant une concurrence déloyale. L'abaissement des honoraires, dans le but de capter une clientèle supplémentaire, doit être soumis à l'appréciation du comité éthique qui rend un avis contraignant en prenant en compte la région et la concurrence en présence. L'hypnologue doit assurer sa responsabilité professionnelle dans une mesure raisonnable eu égard à la nature et à l'importance des risques encourus

25/08/2017
Amel DESCATOIRS

MEDIATION-NET Consommation
34, rue des Epinettes
75017 Paris
mediation.conso@mediation-net.com
www.mediation-net-consommation.com
Mise à jour le 11 avril 2018

Validée par la CECMC le 28 novembre 2017

CHARTE DE LA MEDIATION DE LA CONSOMMATION

I- Les principes

MEDIATION-NET Consommation (MNC) met à disposition des professionnels et des consommateurs une équipe formée à la médiation de la consommation et s'engage à respecter les principes et les modalités fixés par l'ordonnance du 20/8/2015 et du décret du 30/10/2015, codifiés aux articles L 611-1 à L 616-3 et R 612-1 à R 616-2 du Code de la consommation.

L'équipe est constituée de médiateurs reconnus par leur formation notamment en droit de la consommation et leur expérience dans le métier de la médiation, ainsi que des collaborateurs intervenant en appui du traitement des dossiers de médiation.

Les médiateurs s'engagent à exercer leur mission en toute indépendance et à ne recevoir aucune directive de qui que ce soit.

Ils sont soumis à une obligation de confidentialité. Les parties, le contenu, les faits du dossier ainsi que les solutions proposées demeurent confidentiels.

II- Domaine d'application

La médiation s'applique à tous les litiges opposant un professionnel ayant choisi MEDIATION-NET Consommation comme médiateur, à l'un de ses clients-consommateurs, au sens de l'article L 611-2 du Code de la consommation.

III- Fonctionnement de la médiation

a/ Réception du dossier

MNC reçoit et enregistre tous les dossiers adressés par les consommateurs par courrier ou par internet via le formulaire de saisine, puis adresse dans les 48h un accusé de réception à tout dossier reçu et indiquant les modalités de traitement de son dossier.
Les informations relatives à un dossier sont classées à des fins de statistiques, enquêtes métier, enquêtes satisfaction et rapport annuel.

b/ Etude de recevabilité

L'équipe administrative de MNC s'assure que la demande rentre bien dans le champ d'application de la médiation de la consommation, que le professionnel visé dans la demande ait bien conclu une convention avec MNC et que le litige répond aux critères d'éligibilité.

Avant de saisir le médiateur, le consommateur doit avoir adressé sa réclamation au professionnel concerné. Après le recours interne de celui-ci et si le consommateur n'est pas satisfait de la réponse du professionnel, ou que celui-ci n'a pas répondu dans un délai de deux mois, le consommateur peut saisir MNC.

ads

MNC prend contact avec le consommateur pour vérifier les conditions de recevabilité du dossier.

Le médiateur décide de la recevabilité de ces dossiers. Il peut réorienter le client vers le recours interne s'il n'a pas eu lieu.

Le professionnel doit avoir indiqué, dans sa réponse à la réclamation du consommateur, les coordonnées du médiateur qu'il a choisi, ainsi que les modalités de sa saisine.

Si la demande de médiation n'est pas recevable, le médiateur informe le consommateur du rejet de sa demande dans un délai de trois semaines à compter de la réception de son dossier. Si la demande est recevable, le médiateur notifie aux parties, par voie électronique ou par courrier simple, sa saisine.

Ainsi trois situations sont envisageables :

- MNC est incompétent : réponse motivée et orientation du consommateur vers le site de la CECMC.
- MNC est compétent mais le consommateur n'a pas tenté au préalable de régler son conflit directement avec le professionnel : orientation du consommateur vers le professionnel concerné.
- MNC est compétent et la demande recevable: contact est pris avec les parties (consommateur et professionnel) et courrier d'entrée en médiation est adressé avec mentions des informations réglementaires.

c/ Instruction du dossier

Le médiateur demande aux deux parties les éléments nécessaires à l'instruction du dossier, puis engage l'étude de celui-ci.

Suivant les modalités convenues, les échanges entre le médiateur et les parties se font par écrit, par téléphone ou en présentiel.

Le médiateur et l'équipe administrative tiennent à jour la fiche de suivi du dossier ainsi que la fiche de synthèse de mission.

d/ Clôture de la médiation

La fin de l'instruction se produit quand un accord est trouvé avec les parties ou, à défaut, lorsque le médiateur propose une solution.

Dans un délai maximum de 90 jours à compter de la date où le médiateur notifie sa saisine, hors cas complexe, le médiateur formalise cette proposition de solution, en droit et en équité, par courrier adressé au client et au professionnel.

Le médiateur complète la fiche de synthèse de chaque mission de médiation.

Chaque partie à la médiation est libre de suivre ou de ne pas suivre la solution proposée par le médiateur, à charge d'en informer par écrit l'autre partie, ainsi que le médiateur et ce dans un délai d'un mois.

Le consommateur peut, s'il le souhaite, poursuivre sa démarche devant les tribunaux compétents.

IV Rapport annuel de la médiation

Chaque année, MNC rédige un rapport sur son activité conforme à l'article R 614-2 du Code de la consommation, lequel comprend notamment le nombre de saisines de MNC, le nombre de propositions rendues, les types de litige, leur fréquence ainsi que le pourcentage d'avis suivis par les professionnels, en tout ou partie.

Le médiateur formule des recommandations d'amélioration afin de prévenir le renouvellement de litiges potentiellement répétitifs.

Le médiateur suit la mise en œuvre de ses recommandations.

V Liste des cas d'exclusion

Conformément à l'article L 611-3 du Code de la consommation, la médiation de la consommation ne s'applique pas :

- aux litiges entre professionnels ;
- aux réclamations portées par le consommateur auprès du service clientèle du professionnel ;
- aux négociations directes entre le consommateur et le professionnel ;
- aux tentatives de conciliation ou de médiation ordonnées par un tribunal saisi du litige de consommation ;
- aux procédures introduites par un professionnel contre un consommateur.

En outre, selon l'article et L 611-4 du même Code, ne sont pas considérés comme des litiges de consommation les litiges concernant :

- les services d'intérêt général non économiques ;
- les services de santé fournis par des professionnels de la santé aux patients pour évaluer, maintenir ou rétablir leur état de santé, y compris la prescription, l'administration et la fourniture de médicaments et de dispositifs médicaux ;
- les prestataires publics de l'enseignement supérieur.

Le Professionnel

Pour Mme DESCAMPS Annel

L'Entité de Médiation

Pour MEDIATION-NET

P° Rosina Gellé

MÉDIATION-NET Consommation
34, rue des Epinettes - 75017 PARIS
contact@mediation-net.com
www.mediation-net-consommation.com

MEDIATION-NET
Consommation

MEDIATION-NET
Médiateur de la consommation
34, rue des Epinettes – 75017 Paris

CONVENTION

Entre les soussignés

L'ASSOCIATION MEDIATION-NET et son entité « MEDIATION-NET CONSOMMATION »
34 Rue des Epinettes – 75017 PARIS
Enregistrée auprès de la Préfecture de Paris sous le n° W343004025
Représentée par son Président Monsieur Eric CHARLEMAGNE
Dûment habilité à signer les présentes

Ci-après dénommée : « l'entité de médiation »

ET

Madame DESCAMPS Amel – ENQUETE DE SOI
Hypnothérapie – Psychothérapie
Activité au 5 Impasse des Alizés – 31850 MONTRABE
Immatriculée URSSAF Midi Pyrénées sous le n° 350 944 948
Sous le n° Siret 350 944 948 00032

Ci-après dénommé : « le professionnel »

Ci-après individuellement désigné « la partie » et collectivement « les parties »

Il a tout d'abord été rappelé ce qui suit :

Dans le cadre de l'institution de la médiation de la consommation, médiation conventionnelle prévue au titre 1er « Médiation » du livre VI « règlement des litiges » du Code de la consommation, l'article L.612-1 du Code de la consommation a reconnu le droit pour tout consommateur de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation (personne physique ou morale) en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel.[1]

Ce mode de règlement des litiges a été mis en place sous le contrôle de la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation, ci-après désignée « la CECMC » prévue à l'article L.615-1du Code de la consommation qui est chargée d'établir et de mettre à jour la liste des médiateurs qui satisfont aux exigences prévues par les articles L. 613-1 à L. 613-3 du Code de la consommation, de procéder à la notification des médiateurs inscrits sur cette liste auprès de la Commission européenne, d'évaluer leur activité de médiation et d'en contrôler la régularité.

Dans ce contexte, l'entité de médiation a constitué une équipe de médiateurs pour offrir au professionnel un service de médiation auquel il adhère. Elle a également élaboré un processus de médiation, dans le respect des dispositions légales et réglementaires applicables, qui figure en annexe de la présente convention.

Notamment, l'entité de médiation déclare avoir organisé les prestations de services de médiation qu'elle offre en conformité avec l'article L. 613-1 du Code de la consommation. Cet article prévoit que le médiateur de la consommation accomplit sa mission avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable.

MEDIATION-NET Consommation

MEDIATION-NET
Médiateur de la consommation
34, rue des Epinettes – 75017 Paris

[1] Le professionnel est tenu d'informer le consommateur des coordonnées du médiateur dont il relève. Cette information doit être donnée, préalablement à la survenance de tout litige, sur le site internet du professionnel, sur ses conditions générales de vente ou de service, sur ses bons de commande ou en l'absence de tels supports, par tout autre moyen approprié (par voie d'affichage notamment). Cette information doit également être donnée après la survenance du litige si le professionnel et le consommateur ne sont pas parvenus à le résoudre directement entre eux. Lorsqu'il existe un médiateur de la consommation dont la compétence s'étend à l'ensemble des entreprises d'un domaine d'activité économique dont il relève, le professionnel doit donner également les coordonnées de ce médiateur afin de permettre au consommateur d'y recourir. La médiation de la consommation est gratuite pour les consommateurs, les frais de traitement et d'instruction relatifs aux dossiers de médiation étant pris en charge par les professionnels. Elle ne peut être mise en œuvre qu'à l'initiative du consommateur (le professionnel ne peut pas l'initier). Elle doit être conduite dans un délai maximal de 90 jours à compter de la notification aux parties par le médiateur de sa saisine. En cas de litige complexe, ce délai peut être prolongé ; les parties en sont alors informées.

Le professionnel **Madame DESCAMPS Amel – ENQUETE DE SOI**

pour sa part, exerce la profession/ activité de :

Hypnothérapie – Psychothérapie

Dans le (s) secteur (s) :

- N 06 Services de bien être (thalassothérapie, spa, hypnose…)

Les parties se sont rapprochées afin d'organiser le recours à la médiation de la consommation prévue par lesdites dispositions et pour convenir de ce qui suit.

MEDIATION-NET Consommation

MEDIATION-NET
Médiateur de la consommation
34, rue des Epinettes – 75017 Paris

Article premier : Objet de la convention

La présente convention a pour objet de définir les modalités de mise en œuvre de la médiation des litiges de la consommation entre les parties en application des dispositions du titre 1er du Livre VI du Code de la consommation en vue du règlement des litiges de consommation au sens de l'article L.611-1 du même code.

Le professionnel désigne :
MEDIATION-NET comme médiateur de la consommation en vue du règlement extrajudiciaire des litiges susceptibles d'intervenir entre lui et l'un de ses clients consommateurs.

En particulier,
MEDIATION-NET est compétente pour examiner, sur saisine du consommateur, des litiges de la consommation
Et notamment, tous les litiges relevant de la médiation de la consommation entre le professionnel, **Madame DESCAMPS Amel – ENQUETE DE SOI** et un client consommateur.

Article 2 : Engagements de l'entité de médiation

L'entité de médiation s'engage à assurer une prestation de médiation de qualité dans les litiges extrajudiciaires de consommation concernant le professionnel.

L'entité de médiation désigne des médiateurs, personnes physiques, dont la liste figure à l'article 3 de la présente convention, qui exerceront leur mission en toute impartialité et indépendance tout en faisant preuve des qualités humaines indispensables au principe de la médiation : écoute, sens du dialogue, esprit pédagogique, pragmatisme, disponibilité.

Elle met à disposition des médiateurs, personnes physiques, tout moyen à même d'accomplir pleinement leur mission sans pour autant interférer dans le processus de médiation.

Elle s'assure du respect du processus interne mis en place pour le traitement des dossiers de médiation qui figure en annexe. Elle veille en particulier au respect du délai de traitement imposé par le Code de la consommation.

Elle met à jour son site internet consacré à la médiation de la consommation qui doit notamment permettre aux consommateurs de déposer en ligne leur demande de médiation.

Si elle a pour objet de proposer différents types de médiation dont la médiation de la consommation, elle se dote d'un budget spécifique et suffisant pour accomplir sa mission de médiation de la consommation et d'un site internet autonome et spécifique.

Tout dossier susceptible de créer une situation de conflit d'intérêt sera porté à la connaissance de la CECMC, qui sera informée des suites qui lui auront été réservées.

ads

Article 3 : Liste des médiateurs :

L'ASSOCIATION MEDIATION-NET

Désigne un médiateur, personne physique, parmi la liste ci-dessous.
Cette liste a été préalablement acceptée par la CECMC et est susceptible d'évoluer sous le contrôle de la CECMC.

- Maria COMMANDE
- Elisabeth DURAND

Les médiateurs personnes physiques inscrits sur cette liste répondent aux conditions suivantes :

- avoir une expérience juridique et judiciaire ou une formation spécifique à la médiation ;
- disposer d'une formation ou d'expérience en droit de la consommation ;
- être nommés pour une durée minimale de trois ans ;
- être rémunérés sans considération du résultat de la médiation ;
- ne pas être en conflit d'intérêts et le cas échéant le signaler.

L'entité de médiation veille à ce que ces médiateurs, personnes physiques, accomplissent leur mission avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable. Les médiateurs ne peuvent recevoir aucune instruction ni des parties au litige de la consommation, ni de l'entité de médiation.

Le médiateur est invité à motiver ses décisions constatant l'irrecevabilité des demandes de médiation et ses propositions de solution.

A réception de chaque saisine de consommateur, l'entité de médiation désigne un médiateur, personne physique, parmi la liste précitée en fonction des critères suivants :

Lieu du domicile du/des consommateurs
Connaissance du secteur d'activité du professionnel
Disponibilité du médiateur désigné

En application de l'article R.613-1 du Code de la consommation, chaque médiateur, personne physique désignée, informe sans délai les parties de la survenance de toute circonstance susceptible d'affecter son indépendance, son impartialité ou de nature à créer un conflit d'intérêts ainsi que de leur droit de s'opposer à la poursuite de sa mission. Si le professionnel ou le consommateur refuse en conséquence de poursuivre la médiation, il est mis fin à la mission du médiateur, personne physique.

De même, si le professionnel ou le consommateur estime qu'une circonstance est de nature à affecter l'indépendance ou l'impartialité du médiateur désigné, ou de nature à créer un conflit d'intérêt, il peut demander la désignation, s'il existe, d'un autre médiateur, personne physique figurant sur la liste de ceux affectés à la convention signée avec le professionnel et agréés par la CECMC.

Dans ces cas, l'entité de médiation pourvoit autant que possible au remplacement de la personne physique initialement désignée ou, en cas d'impossibilité, propose une autre entité de médiation qui pourrait la remplacer.

Sous ces réserves, le médiateur, personne physique, n'est pas révocable ou remplaçable sauf cas de force majeure.

Article 4 : Engagements du professionnel

Le professionnel :

- assume le coût de la médiation conformément aux dispositions de l'article 6 de la présente convention ;

- n'interfère pas de quelque façon que ce soit dans le traitement des dossiers de médiation de MEDIATION-NET ou du médiateur, personne physique, désigné par MEDIATION-NET

- fait preuve de coopération pour toute communication de documents demandés par le médiateur, personne physique ;

- informe ses consommateurs de la possibilité de recourir à l'entité de médiation pour le règlement amiable des litiges de la consommation et de l'existence de la présente convention.

Article 5 : Confidentialité

La médiation est soumise à l'obligation de confidentialité prévue par l'article 21-3 de la loi n° 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et de la procédure civile. Cette obligation de confidentialité a un caractère absolu.

Les constatations, les déclarations et tous documents établis spécifiquement par le médiateur aux fins de la médiation ne pourront, sauf accord des parties, être évoqués ultérieurement devant un juge saisi du litige.

De même, l'entité de médiation et le médiateur, personne physique, ne pourront en aucun cas être appelés à témoigner sur le déroulement de la mission de médiation dans toute procédure judiciaire ou disciplinaire.

Le médiateur, personne physique, peut, avec l'accord du professionnel et du consommateur, entendre des tiers au litige sous la même règle de confidentialité.

Article 6 : Budget, coût de la médiation et répartition des frais

L'entité de médiation détermine, dans son budget de fonctionnement, un budget distinct et suffisant pour la médiation des litiges de la consommation.

I - Ce budget est destiné à couvrir notamment les frais suivants :

- Frais de gestion administrative de traitement de médiation
- Frais de maintenance et développement du site internet dédié aux litiges de la consommation
- Frais postaux, photocopies nécessaires au traitement des dossiers
- Rétributions versées au médiateur (personne physique) désigné pour régler le litige
- Frais de fonctionnement nécessaires au traitement des dossiers

Si le médiateur souhaite faire appel à un expert, les frais de cette expertise sont à la charge de l'entité de médiation. En revanche, si le professionnel ou le consommateur souhaite faire appel à un expert, les frais de cette expertise sont à sa charge. En cas de demande conjointe du professionnel et du consommateur d'une expertise, les frais sont partagés entre les parties au litige. Il est rappelé que les parties ont la faculté, à leur charge, de se faire représenter par un avocat ou de se faire assister par toute personne de leur choix à tous les stades du processus de la médiation.

II - Ces frais de prestation de médiation sont financés de la manière suivante :

Partie fixe :

- Abonnement annuel : 50 euros TTC

Partie variable :

- Médiation simple : 200 euros TTC
- Médiation complexe : 400 euros TTC

La non recevabilité d'un dossier ne donne pas lieu à une facturation.
Le professionnel n'est informé des saisines et est invité à entrer en médiation, que si celles-ci sont déclarées recevables par le médiateur.

Les médiations s'effectuent à distance sur accord préalable du professionnel.

Le paiement des honoraires correspondant à l'examen d'un dossier de médiation par le médiateur, personne physique, se fait auprès de MEDIATION-NET qui les rétrocède totalement ou en partie au médiateur concerné.

Article 7 : durée de la présente convention

La présente convention est conclue pour une durée de trois ans, à compter de sa signature. Pendant cette période de (3) TROIS ANS, le mandat de MEDIATION-NET est irrévocable sauf cas de force majeure.

Elle sera renouvelée par tacite reconduction pour une nouvelle durée de trois ans. L'entité de médiation rappellera au professionnel la possibilité de cette reconduction par courrier postal ou électronique, au plus tôt trois mois avant, et au plus tard un mois avant le terme de la période autorisant le rejet de la reconduction tacite.

L'une ou l'autre des parties peut dénoncer la reconduction de la convention au moyen d'une lettre adressée avec AR en respectant un délai de préavis de trois mois avant l'échéance de trois ans.

La reconduction de la convention doit être soumise à l'acceptation préalable de la CECMC.

Article 8 : Condition suspensive d'enregistrement

La présente convention est conclue sous la condition suspensive d'enregistrement préalable auprès de la CECMC.

Toute modification de la présente convention ou de la liste des médiateurs qui y sont affectés fait l'objet d'un avenant signé par les parties et communiqué à la CECMC pour validation. A défaut, le référencement de l'entité de médiation peut être retiré par la CECMC.

Article 9 : Règlement des litiges

Dans le cas où un différend surviendrait à l'occasion de l'interprétation ou de l'exécution de la présente convention, les parties s'efforceront de le régler à l'amiable préalablement à toute action devant la juridiction compétente. Si l'interprétation porte sur le processus de médiation ou sur une disposition afférente à l'indépendance du médiateur, la CECMC sera saisie.

MEDIATION-NET
Consommation

MEDIATION-NET
Médiateur de la consommation
34, rue des Epinettes – 75017 Paris

Article 10 : Dispositions finales

C'est notamment sur le fondement des éléments de la présente convention que la CECMC procède à son enregistrement au nom de MEDIATION-NET.

En cas de non application de la convention ou de modification substantielle de celle-ci, la CECMC, conformément à l'article L.615-2 du Code de la consommation peut décider le retrait de MEDIATION-NET de la liste de médiateurs notifiés à la Commission Européenne.

Au cas où l'entité de médiation perdrait son référencement, cette convention deviendrait immédiatement et de plein droit caduque.

Le Président de l'association MEDIATION-NET atteste que la présente convention est en tous points conformes à celle validée le 11 avril 2018 par la CECMC.

Fait en 2 exemplaires

A MONTRABE
Le 22/08/2019

Dénomination du Professionnel

Madame DESCAMPS Amel

Signature :

A Paris
Le **26 août 2019**

Dénomination de l'Entité de Médiation

Pour MEDIATION-NET
Son Président

Signature :

p° Rosina Gellé

MÉDIATION-NET Consommation
34, rue des Epinettes - 75017 PARIS
contact@mediation-net.com
www.mediation-net-consommation.com

CODE DE DÉONTOLOGIE en Analyse Psycho-Organique de l'EFAPO, copyright®efapo

Version du 19/02/19

1. Préambule

Ce code comporte des règles éthiques visant à protéger le patient/client, contre les applications abusives de la psychothérapie par les praticiens ou les formateurs. Elles peuvent être utilisées comme règles de conduite par leurs membres et comme référence en cas de plainte. Le terme « praticien » réfère dans ce texte à toute personne pratiquant l'Analyse Psycho-Organique, que ce soit comme Praticien en Analyse Psycho-Organique, Analyste Psycho-Organique, Psychanalyste, ou Psychothérapeute.

2. La profession de praticien en psychothérapie

La psychothérapie est une discipline spécifique dans le champ des sciences humaines. Sa pratique implique un diagnostic, une stratégie globale et explicite pour le traitement des désordres psychologiques, sociaux et psychosomatiques. Les méthodes qui sont utilisées sont basées sur des théories scientifiques de psychothérapie.
Le praticien doit indiquer sa qualification dans la spécialité à laquelle il a été formé. Le praticien utilise sa compétence avec le plein respect pour les valeurs et la dignité de son patient/client, au service de l'évolution de ce dernier.

3. Compétence professionnelle et formation continue

Le praticien doit exercer sa profession d'une façon compétente et responsable, dans le respect de la déontologie et dans l'identification de ses compétences et de ses techniques et de leurs limites.
Il doit rester au fait de la recherche scientifique et des développements dans le domaine de la psychothérapie, ce qui implique une formation permanente et continue. Les praticiens reconnaissent leur propre besoin de formation permanente, de développement personnel, de co-vision et de supervision.

4. Secret professionnel

Le praticien et son éventuelle équipe sont soumis au secret professionnel au sujet de ce qui pourrait leur être confié pendant la pratique de leur profession, dans les limites légales de la confidentialité.
Seul un consentement écrit de la personne permet de révéler certaines informations à autrui. Il peut y avoir exception en cas de danger clair, menaçant la personne ou autrui, et qu'ainsi le praticien pourrait éviter.

5. Cadre contractuel

Les praticiens sont tenus de prévoir un cadre contractuel clair selon les différentes situations de leur travail, par exemple : thérapie individuelle (avec des adultes ou des mineurs), thérapie de couple, thérapie familiale, de groupe ainsi que pour la formation et la supervision.

6. Psychothérapie

Le praticien prête attention aux droits des clients et spécifie les conditions de son dispositif de travail. Il clarifie l'identité de la méthode employée, la durée présumée de la psychothérapie, la fréquence des rendez-vous, les conditions financières et le secret professionnel.
Sur demande, ou en cas de litige, le praticien doit informer le client de la possibilité de recours.
Le praticien est soumis à l'obligation de réserve: Il doit assumer ses responsabilités, déterminées par les conditions particulières de confiance et de dépendance, qui sont caractéristiques de la relation thérapeutique. Il y a abus dans cette relation, dès que le praticien échoue dans son devoir et sa responsabilité envers son patient/client, afin de satisfaire son intérêt personnel (par exemple sur le registre de la sexualité, de la violence, des liens sociaux et économiques). Toutes les formes d'abus représentent une infraction aux divers codes déontologiques de la pratique de la psychothérapie. Dans le contexte du rapport de confiance et de dépendance créé par la psychothérapie tous les actes abusifs du praticien constituent une grave faute professionnelle.

7. Surpervision

La supervision de la pratique des praticiens en APO est obligatoire. Le superviseur n'est normalement pas simultanément le thérapeute du praticien.

8. Formation dans les organisations
Travailler dans les organisations (entreprises, services publics, organisations à but non lucratif) avec des méthodes psychothérapeutiques nécessite de porter un intérêt particulier à la situation contractuelle.

9. Principe d'obligation morale de réserve étendue
Les praticiens ont une obligation morale de réserve envers d'anciens clients.

10. Obligation de fournir l'information exacte et objective
L'information diffusée au public doit être exacte et objective. Elle ne doit pas contenir de témoignages de patient/client.

11. Relation professionnelle avec les collègues
Les praticiens agissent envers leurs collègues avec le respect dû aux besoins, aux compétences particulières et aux engagements spécifiques du métier de thérapeute envers autrui. Il agit avec réserve envers ses collègues concernant toute information au grand public (articles, publications, émissions de radio ou télélevision, enseigne, publicité payante, conférences, documents pédagogiques etc.).
Quand un praticien est informé d'une infraction éthique d'un collègue, et que cela semble approprié, il essaye officieusement de résoudre le problème en le portant à la connaissance de ce dernier – particulièrement si l'infraction éthique est de nature mineure. De tels efforts rectificatifs officieux sont faits en étant sensible à toutes les nécessités de la confidentialité.
Si l'infraction éthique ne semble pas rectifiable par une solution officieuse et si l'infraction est de nature plus sérieuse, le praticien porte alors le fait à la connaissance de l'institution, l'association ou la commission éthique appropriée.

12. Recherche en Analyse Psycho-Organique
Afin de favoriser l'évolution scientifique de la psychothérapie et de l'étude de ses effets, le praticien doit participer, aussi loin que possible, au travail de recherche entrepris à cette fin, à l'aide notamment des outils de l'Analyse Psycho-Organique.
Les principes éthiques définis, ci-dessus, doivent également être respectés pendant ces travaux de recherches et lors de leur publication. Les intérêts du patient/client demeurent toujours la priorité.

13. Compétences
Des plaintes morales se rapportant aux relations de client-praticien et aux relations inter-collégiales sont adressées à la commission d'éthique et de recherche en formation de l'EFAPO (C.E.R.F.). L'EFAPO traite les plaintes soit par l'intermédiaire de sa propre commission, soit en passant par une organisation compétente extérieure pour les traiter.

14. Procédures
Les procédures concernant le traitement des plaintes sont présentées à la Ethical Guidelines of EAPOA (Éthique de l'EAPOA) l'article 11.2.2, à laquelle l'EFAPO adhère.

Date : 28/02/2019 Nom : Amel DESCAMPS

Signature de l'étudiant.....