

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019

du  
Médiateur du Conseil national des  
professions de l'automobile (CNPA)





## Rapport annuel 2019

<b>LE MOT DU MEDiateUR.....</b>	<b>4</b>
<b>LE MEDiateUR DU CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE (CNPA).....</b>	<b>5</b>
<b>LES ACTIVITÉS DU MEDiateUR DU CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE (CNPA) EN 2019 .....</b>	<b>6</b>
<b>LES RECOMMANDATIONS DU MEDiateUR .....</b>	<b>10</b>
A l'attention des professionnels de l'automobile.....	10
A l'attention des consommateurs.....	10
A l'attention des pouvoirs publics.....	10
<b>ANNEXE - LE CV DU MEDiateUR.....</b>	<b>12</b>
<b>ANNEXE - LA PROCEDURE .....</b>	<b>13</b>
<b>ANNEXE - LA CHARTE.....</b>	<b>15</b>
<b>ANNEXE - LE COMMERCE ET LES SERVICES, LA FILIERE AVAL DE L'AUTOMOBILE .....</b>	<b>20</b>
La branche .....	20
Le CNPA .....	20

## *Le MOT du Médiateur*

L'année 2018 avait été marquée par une augmentation sensible des saisines du Médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) – leur nombre atteignant le quintuple de celles présentées en 2017.

Parce que la majorité d'entre elles visaient des professionnels qui n'étaient pas adhérents du CNPA et afin de pouvoir faire face à cette explosion des sollicitations des consommateurs, le CNPA a décidé qu'à compter du 15 avril 2019, seules les saisines impliquant des professionnels adhérents du CNPA relèveraient du champ de compétence du Médiateur.

L'objectif était de rendre plus effective et plus fluide la procédure de traitement des réclamations, afin de garantir le succès de la médiation pour l'ensemble de la filière du commerce et des services de la mobilité terrestre.

Il convient que les professionnels de l'automobile prennent conscience de l'intérêt que revêt pour leurs entreprises le recours à la médiation, tout en constatant une évolution notable en 2019 dans ce domaine.

Éviter un procès, garder la maîtrise de la solution d'un litige, rechercher une issue favorable aux deux parties en renouant le dialogue, constituent des objectifs légitimes et réalisables...

Paul MAURIAC, *Médiateur du Conseil national  
des professionnels de l'automobile (CNPA)*

## *Le MEDIATEUR du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA)*

Le médiateur est compétent pour les litiges de consommation qui opposent un client consommateur, personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole, à une entreprise ou un professionnel du commerce et des services de l'automobile ou assimilés (cf. ci-après liste non exhaustive, susceptible de modification en cas d'apparition d'activités nouvelles), à l'exclusion de ceux impliquant directement un constructeur ou un importateur de véhicules<sup>1</sup>.

En particulier, le médiateur connaît les litiges impliquant des consommateurs et des :

- vendeurs de véhicules neufs et d'occasion (véhicules particuliers, véhicules utilitaires, camions, véhicules de loisirs, cycles, motocycles, voiturettes...);
- réparateurs de véhicules (agents de marques, carrossiers, mécaniciens indépendants, centres automobiles spécialisés de la réparation automobiles);
- vendeurs d'accessoires de cycles, motocycles et véhicules automobiles;
- centres de contrôle technique;
- collecteurs en pneumatiques usagés;
- dépanneurs-remorqueurs et fourrières;
- détaillants en carburants et lubrifiants (stations-service);
- entreprises de formation des conducteurs (auto-écoles);
- installateurs agréés GPLc;
- laveurs haute pression;
- métiers de la mobilité partagée (loueurs de véhicules courte durée, certains services de partage de véhicules...);
- négociants en pneumatiques;
- négociants en produits pétroliers;
- parcs de stationnement;
- ramasseurs agréés d'huiles usagées;
- recycleurs.

Le Médiateur est placé auprès du Président national du CNPA. Il est nommé par le Directoire, sur proposition du Président national pour une durée de trois ans, renouvelables pour la même période. Il est irrévocable pour la durée de son mandat, sauf cas de force majeure.



Paul Mauriac a été inscrit sur la liste des médiateurs de la consommation tenue par la CECMC en tant que Médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) en septembre 2016.

<sup>1</sup> Dans une telle hypothèse, le consommateur est invité à vérifier si le litige relève de la médiation CMFM mise en place par les constructeurs automobiles en consultant le site : <http://www.mediationcmfm.fr>.

## *Les ACTIVITÉS du Médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) en 2019*

La liste des informations que le médiateur doit communiquer au public sur son site internet et/ou dans son rapport annuel est imposée par le Code de la consommation<sup>2</sup>.

### 1. Mode de saisine du médiateur

Source de saisine	%
Site	63
Courrier	22
Mail	15

### 2. Nombre de litiges dont le médiateur a été saisi

**1844** *demandes en 2019*

Dont :

- 53% de dossiers complets et recevables (dont 30 % de dossiers en attente de réponse du professionnel) ;
- 44% de dossiers incomplets (dont 29,8%% car le professionnel en cause est inconnu) ou irrecevables ;
- 3% de dossiers en cours de traitement ;

41 % des dossiers ont impliqué un non-adhérent. Pour rappel, depuis le 15 avril 2019, seules les saisines impliquant des professionnels adhérents du CNPA relèvent du champ de compétence du Médiateur.

<sup>2</sup> La liste des informations devant figurer sur le rapport annuel ou le site internet du médiateur figure à l'article R. 614-2 du Code de la consommation.

### 3. Proportion de litiges que le médiateur a refusé de traiter et évaluation en pourcentage des différents motifs de refus <sup>3</sup>

*626 dossiers irrecevables en 2019*

30 % des saisines ont été déclarées irrecevables parce que le consommateur n'a pas justifié, comme l'exige la législation, avoir tenté au préalable de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation.

34 % des saisines n'entraient pas dans le champ de compétence du médiateur. Ce chiffre atteignait 21 % en 2018 : dans 25 % des cas, la demande concernait directement un constructeur, un importateur automobile ou un organisme de financement (banque ou établissement de crédit).

34 % des dossiers impliquaient un professionnel non-adhérent du CNPA et le litige était postérieur au 15 avril 2019, date à laquelle les services du Médiateur ont été réservés aux adhérents du CNPA.

Dans la mesure du possible, le consommateur a été réorienté vers le médiateur ou l'interlocuteur compétent.

Enfin, dans 1 % des cas, un autre médiateur était déjà saisi du litige.

*179 dossiers incomplets en 2019*

Dans 68 % des cas, le consommateur n'avait fourni aucun justificatif à l'appui de sa demande de médiation et dans près de 30 % des cas, le consommateur n'avait pas communiqué les coordonnées du professionnel avec lequel il estimait être en litige.

### 4. Questions les plus fréquemment rencontrées dans les litiges soumis au médiateur

*27 % des dossiers ont porté sur la mauvaise exécution de la prestation ou du service*

<sup>3</sup> Art. L. 612-2 du code de la consommation.

Il peut s'agir de la qualité d'une réparation ou de la prestation de location d'un véhicule, par exemple. Les autres motifs de saisines en 2019 ont concerné :

- un abonnement à un service de mobilité partagée (12 %) ;
- la contestation du prix ou de la facture (10 %) ;
- la mise en œuvre de la garantie d'un véhicule acheté neuf (9 %) ;
- une mauvaise information ou un défaut d'information sur le prix d'un service (4 %) ;
- le défaut ou le dysfonctionnement d'un véhicule d'occasion (3 %).

Dans 3 % des cas, le motif n'a pas été communiqué par le saisissant, en dépit des relances du médiateur.

## 5. Médiations refusées ou interrompues et principales causes de cette interruption

### 5.1. Médiations refusées

*Dans 64 % des cas, la médiation a été refusée*

- soit expressément (9 %) ;
- soit parce que le professionnel n'a pas répondu au médiateur dans les délais impartis (91 %) ;

Le médiateur, face à une telle situation, en informe le consommateur et procède à la clôture du dossier.

À deux reprises, le consommateur a abandonné la médiation avant que le professionnel fasse part de sa décision d'acceptation ou de refus au médiateur.

### 5.2. Médiations acceptées

*6 % des dossiers complets font officiellement l'objet d'une médiation*

- 67 % des médiation ont fait l'objet d'une proposition de solution par le médiateur, que les parties ont acceptée dans 65 % des cas.

### 5.3. Médiations acceptées mais interrompues

*22 % des médiations clôturées prématurément faute de diligences des parties*



## **6. Durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges**

Si la législation impose une durée de 90 jours, force est de constater que certains litiges, en raison de leur complexité, nécessitent un temps de traitement plus long, en particulier parce que le recours à un expert semble indispensable.

C'est la raison pour laquelle la charte de la médiation prévoit que le délai de 90 jours peut être prolongé par le médiateur.

En moyenne le traitement d'un dossier de médiation dure 120 jours. Parmi ses recommandations au législateur, le médiateur suggère de porter le délai légal à 180 jours minimum.

## ***Les RECOMMANDATIONS du Médiateur***

Le Médiateur ne peut que réitérer les recommandations et suggestions faites les années précédentes.

### *A l'attention des professionnels de l'automobile*

Qu'ils n'hésitent pas à accepter le recours à la Médiation dont ils ne peuvent percevoir les avantages qu'à l'usage.

Qu'ils aient la spontanéité d'indiquer expressément s'ils refusent le recours à la médiation, car leur silence prolongé laisse planer un doute sur la réactivité et la fiabilité du mécanisme de médiation mis en place par le CNPA.

Dans un autre ordre d'idées, il est à déplorer que certaines entreprises mentionnent le médiateur dans leurs documents commerciaux ou sur leur site internet alors qu'elles ne sont pas adhérentes au CNPA et n'ont pas pris au préalable contact avec ce dernier, contrairement à ce qu'exige la réglementation.

### *A l'attention des consommateurs*

Qu'ils fassent l'effort d'être plus précis et complets dans leur requête en n'hésitant pas à joindre la copie de toute pièce justificative (pas d'originaux !). Un trop grand nombre de saisines encore ne peut être enregistré, faute pour le consommateur d'avoir indiqué les noms et coordonnées du professionnel mis en cause.

La médiation doit être envisagée comme un processus d'apaisement et il est souhaitable de se départir de tout préjugé au moment de la saisine du médiateur, mettant à profit les entretiens et discussions placées sous l'égide du médiateur avant de se faire une opinion et d'en tirer toute conséquence.

### *A l'attention des pouvoirs publics*

#### 1) Sur le délai de la médiation

Le délai de 90 jours prévu par l'article R. 612-5 du Code de la consommation s'avère très souvent trop restreint eu égard à la nécessaire maturation d'un litige et des questions de nature technique qui peuvent surgir, en particulier dans le cadre des litiges ayant pour objet la réparation ou la vente de véhicules automobiles.

Nous suggérons qu'il soit porté à six mois, tout en laissant la possibilité au médiateur de le prolonger à tout moment en motivant les raisons de ce choix.

#### 2) Sur le recours à l'avis d'un expert

Il est souvent nécessaire d'avoir recours à l'avis préalable d'un expert avant de pouvoir émettre une proposition sérieusement étayée.

Se posent alors les questions du choix de l'expert et de la prise en charge des frais et honoraires d'expertise.

L'article R. 612-1, 4<sup>ème</sup> du Code de la consommation dispose :

*« Chaque partie peut également solliciter l'avis d'un expert dont les frais sont à sa charge. En cas de demande conjointe d'expertise les frais sont partagés entre les parties. »*

Le texte ne prévoit pas expressément la possibilité pour le médiateur de prendre l'initiative de proposer la désignation d'un expert et de fixer la modalité de sa prise en charge.

Il serait utile de clarifier ce point qui, en l'état, est résolu de manière pragmatique.

### 3) Sur l'évolution nécessaire de la législation actuelle

La directive européenne, si elle impose la gratuité de la médiation pour le consommateur, n'interdit pas certains aménagements, tels que la mise en place de seuils de montants de litiges planchers et plafond, en dessous et au-delà desquels une demande de médiation n'est pas recevable, choix fait par l'Allemagne.

Il serait souhaitable que la France suive cet exemple.

Dans le même esprit, il aurait été souhaitable, afin d'éviter les demandes de médiation « fantaisistes », d'instaurer une contribution financière à la médiation, même minime, à la charge du consommateur.

\*        \*  
\*  
\*  
\*

Enfin, la complexité et la technicité des litiges dans le domaine de l'automobile ne permettent pas pour l'heure au Médiateur d'émettre des recommandations autres que très générales.

## *ANNEXE - Le CV du médiateur*

**Maître Paul MAURIAC**

### **DIPLÔMES - PARCOURS PROFESSIONNEL ET EN QUALITÉ DE MÉDIATEUR**

- 1964** Diplôme de l'Institut d'Études Politiques de BORDEAUX
- 1965** Diplôme d'Études Supérieures de Droit Privé de l'Université de PARIS
- 1966** Prestation de serment en qualité d'Avocat à la Cour d'Appel de PARIS
- 1992-2012** Vice-Président de la Conférence des Conciliateurs près le Comité National Olympique Sportif et Français – CNOSF
- 2008-2009** Formation de perfectionnement à la connaissance théorique et pratique de la Médiation au sein de l'Institut de Formation à la Médiation et à la Négociation – IFOMENE
- Mars 2010** Mémoire de fin d'étude intitulée « *La mission de conciliation du comité national olympique et sportif français - CNOSF et la médiation : deux voies de recours de nature à apaiser le jeu !* »
- 2009-2012** Participation aux permanences de Médiation Judiciaire auprès des Chambres Sociales de la Cour d'Appel de PARIS
- Depuis 2009** Médiateur Conventionnel en matière sociale
- Depuis 2012** Médiateur auprès du Tribunal Arbitral du Sport – TAS de LAUSANNE
- Depuis 2015** Chargé au sein de l'Association des Avocats en Droit du Sport – AADS du Département Médiation
- Médiateur auprès de l'UNION CYCLISTE INTERNATIONALE – UCI
- 29/09/2016** Désignation en qualité de Médiateur du CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE – CNPA
- 2017-2018** Médiateur de la Consommation au sein de l'entité de la Médiation et de la Consommation – AME  
Membre du Conseil d'Administration de l'Association des Médiateurs Européens – AME
- 27/05/2019** Désignation en qualité de membre du Conseil d'Administration du Centre de Médiation et d'Arbitrage du Travail – CMATravail

## *ANNEXE - La procédure*

### **Comment saisir le médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) ?**

Le médiateur peut être saisi :

- par voie électronique sur le site dédié, en remplissant un formulaire à l'adresse : [www.mediateur-cnpa.fr/saisir-le-mediateur.htm](http://www.mediateur-cnpa.fr/saisir-le-mediateur.htm)
- par courrier postal en adressant un dossier complet<sup>4</sup> à : M. le Médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA), 43 bis route de Vaugirard, 92190 MEUDON
- ou par courriel à l'adresse : [mediateur@mediateur-cnpa.fr](mailto:mediateur@mediateur-cnpa.fr).

*Attention :*

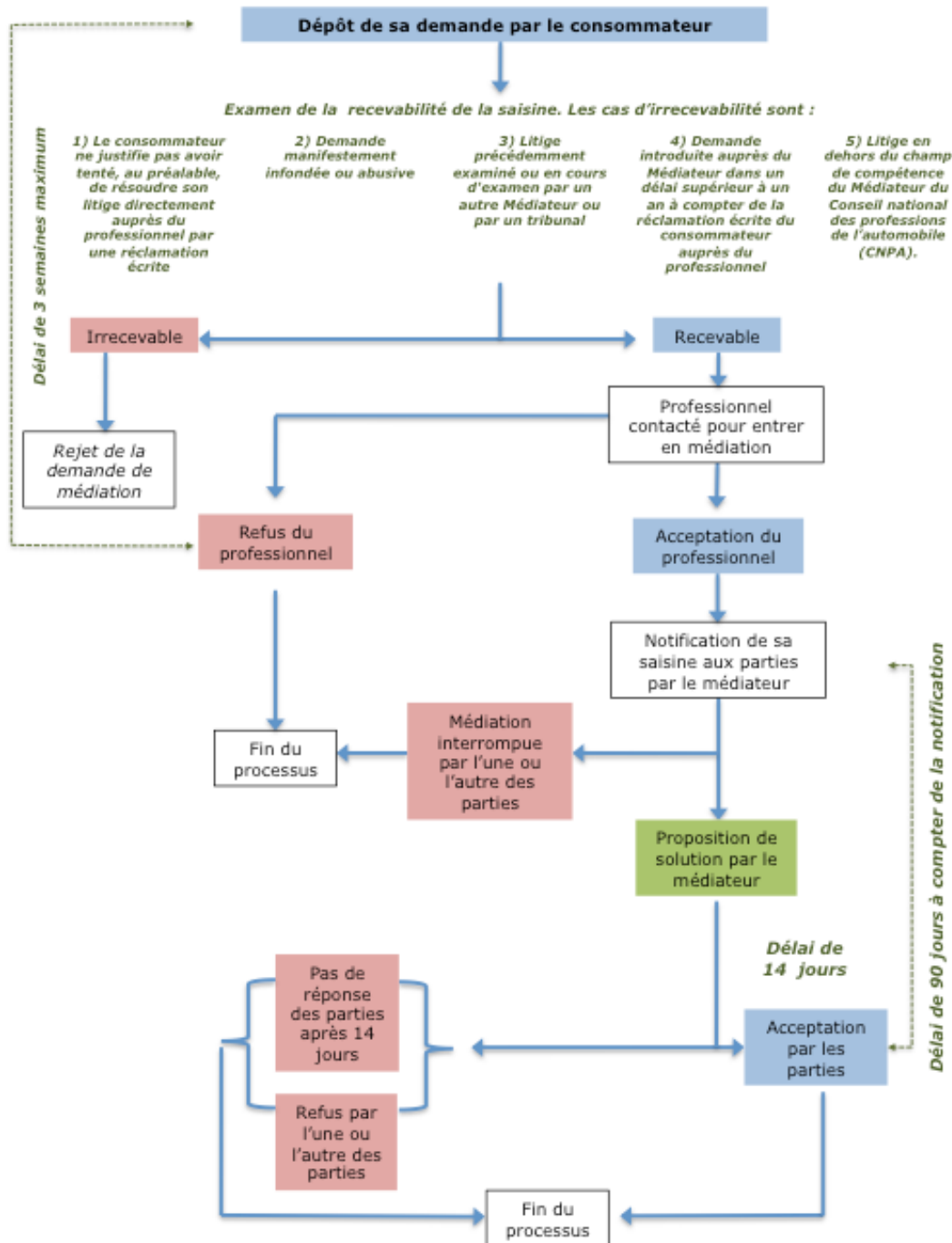
*La procédure est uniquement écrite et en français.*

*Les locaux ne sont pas ouverts au public et aucun renseignement n'est donné par téléphone.*

---

<sup>4</sup> Un formulaire de saisine peut-être téléchargé à l'adresse : <http://www.mediateur-cnpa.fr/contact.htm>

Comment se déroule le processus de médiation ?



MAI 27/12/17

# ANNEXE - La Charte<sup>5</sup>



MÉDIATEUR DU CONSEIL NATIONAL DES  
PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE (CNPA)

## CHARTRE DE LA MÉDIATION

### IMPORTANT

**Vous êtes informés qu'à compter du 15 avril 2019, les services du médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) sont réservés aux seuls adhérents du CNPA à jour de leur cotisation établis sur le territoire métropolitain.**

### PRÉAMBULE

La présente charte est prise en application des dispositions des articles L 611-1 et suivants du Code de la consommation relatifs à la médiation des litiges de la consommation.

Désireux de permettre aux professionnels de l'automobile de se conformer à leurs obligations d'information des consommateurs sur les dispositifs de médiation à leur disposition, le Bureau exécutif du CNPA a validé en 2016 la mise en place d'une médiation de la consommation.

A cette fin, le CNPA a décidé d'instituer un « Médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) » (ci-après « le Médiateur ») et de faire acte de candidature auprès de la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation pour faire reconnaître la Médiation qu'il a mise en place.

### 1. LE MÉDIATEUR

#### 1.1. Désignation

Le Médiateur est placé auprès du Président national du CNPA. Il est nommé par le Directoire, sur proposition du Président national pour une durée de trois ans, renouvelables pour la même période. Il est irrévocable pour la durée de son mandat, sauf cas de force majeure.

Dans un tel cas, le Président national en informe sans délai la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC) et lui propose un nouveau médiateur.

Le Médiateur accomplit sa mission dans le respect des exigences des dispositions des articles L. 611-1 et suivants du Code de la consommation.

Le Médiateur dispose d'un budget suffisant en emplois et crédits pour mener à bien sa mission.

#### 1.2. Compétence et formation

Le Médiateur est choisi en raison de ses qualifications et sa connaissance des activités des professions de l'automobile : il possède, par l'exercice présent ou passé d'une activité, la qualification requise eu égard à la nature du différend qui oppose les parties ; il justifie, selon le cas, d'une formation ou d'une expérience adaptée à la pratique du règlement amiable des litiges. Il s'engage à actualiser régulièrement ses connaissances.

#### 1.3. Impartialité et indépendance

Le Médiateur exerce sa fonction en toute impartialité et indépendance. Il dispose de qualités humaines indispensables au principe de la médiation : écoute, sens du dialogue, esprit pédagogique, pragmatique, disponibilité.

#### 1.4. Neutralité

Le Médiateur est détaché de toute pression intérieure et/ou extérieure et ne reçoit aucune directive de qui que se soit.

Le Médiateur veille à ce que les autres fonctions qu'il exerce ne le mettent pas en situation de conflit d'intérêt dans le cadre de sa mission.

En cas de survenance de toute circonstance susceptible d'affecter son indépendance, son impartialité ou de nature à créer un conflit d'intérêts :

- le Médiateur en informe sans délai les parties ;
- il les informe également de leur droit de s'opposer à la poursuite de sa mission ;
- si l'une des parties refuse en conséquence de poursuivre la médiation, il est mis fin à la mission du Médiateur ;

MÉDIATEUR DU CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE (CNPA)  
50 RUE ROUGET DE LISLE - 92158 SURESNES CEDEX - [www.mediateur-cnpa.fr](http://www.mediateur-cnpa.fr)

1/5

<sup>5</sup> La charte en vigueur peut être consultée à l'adresse : <http://www.mediateur-cnpa.fr/comprendre-la-mediation.htm>.



- la CECM est informée de toute situation de conflits d'intérêts et des suites qui y sont réservées.

### 1.5. Loyauté

Le Médiateur veille à ce que le consentement des parties soit libre et éclairé : il donne des informations claires et complètes sur le principe et les modalités pratiques de la procédure, et il s'assure de la parfaite compréhension des parties.

Le Médiateur agit dans le respect du droit et des personnes.

### 1.6. Confidentialité

Le Médiateur s'engage à respecter une totale confidentialité durant toute la procédure de médiation, sauf obligation légale.

Aucun des avis qu'il est amené à rendre ne peuvent être portés à la connaissance de tiers au différend en cause, sauf dans les conditions particulières du rapport annuel, telles que spécifiées au point 3 de la présente charte.

### 1.7. Responsabilité

Le Médiateur veille au déroulement apaisé du processus de règlement amiable du différend qui oppose un professionnel de l'automobile et un consommateur. Il n'est tenu que d'une obligation de moyen et sa responsabilité ou celle du CNPA ne pourront être engagées, par exemple dans le cas où les parties n'aboutiraient pas à une solution amiable de leur différend à l'issue de la procédure.

## 2. LE PROCESSUS

### 2.1. Objet

Dans le respect du processus de contradiction, le Médiateur aide les parties qui l'ont saisi à rechercher une solution dans le cadre de débats strictement confidentiels, sauf si elles en conviennent autrement.

Il s'agit d'un processus facultatif, librement accepté par les parties, qui restent libres de l'interrompre, de le poursuivre, et d'y mettre un terme à tout moment.

Le recours à la médiation est gratuit pour le consommateur, à l'exception des frais induits par l'assistance de tiers ci-après désignés. En effet, 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 de la médiation. Chaque partie peut également solliciter l'avis d'un expert, dont les frais sont à sa charge. En cas de demande conjointe d'expertise, ces frais sont partagés entre les parties.

### 2.2. Domaine d'application de la médiation

La médiation couvre les litiges de consommation qui opposent un client consommateur, c'est-à-dire toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole, à une entreprise ou un professionnel du commerce et des services de l'automobile ou assimilés (cf. ci-après<sup>1</sup>), adhérents du CNPA à jour de leur cotisation annuelle<sup>2</sup> et établis sur le territoire métropolitain, à l'exclusion des litiges impliquant directement un constructeur ou un importateur de véhicules (dans une telle hypothèse, le consommateur est invité à vérifier si le litige relève de la médiation CMFM mise en place par les constructeurs automobiles en consultant le site : <http://www.mediationcmfm.fr>).

En particulier, la médiation du CNPA couvre les litiges impliquant des consommateurs et des :

- vendeurs de véhicules neufs et d'occasion (véhicules particuliers, véhicules utilitaires, camions, véhicules de loisirs, cycles, motocycles, voiturettes...);
- réparateurs de véhicules (agents de marques, carrossiers, mécaniciens indépendants, centres automobiles spécialisés de la réparation automobiles);
- vendeurs d'accessoires de cycles, motocycles et véhicules automobiles;
- centres de contrôle technique;
- collecteurs en pneumatiques usagés;
- dépanneurs-remorqueurs et fourrières;

<sup>1</sup> Liste susceptible de modification en cas d'apparition d'activités nouvelles.

<sup>2</sup> Pour s'assurer que le professionnel avec lequel il a un litige est adhérent au CNPA, le consommateur est invité à contacter le bureau du CNPA situé dans la région où est établi le professionnel (coordonnées à l'adresse : <https://www.cnpa.fr/regions>).





- détaillants en carburants et lubrifiants (stations-service) ;
- entreprises de formation des conducteurs (auto-écoles) ;
- installateurs agréés GPLc ;
- laveurs haute pression ;
- métiers de la mobilité partagée (loueurs de véhicules courte durée, certains services de partage de véhicules...) ;
- négociants en pneumatiques ;
- négociants en produits pétroliers ;
- parcs de stationnement ;
- ramasseurs agréés d'huiles usagées ;
- recycleurs.

Le processus de médiation des litiges 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.

Le Médiateur n'est compétent que si le consommateur a conclu un contrat de vente ou de prestations de services avec un professionnel de l'automobile adhérent du CNPA à jour de sa cotisation annuelle et établi sur le territoire métropolitain<sup>3</sup>.

### 2.3. Saisine

Le Médiateur peut être saisi par écrit (voie électronique sur le site du Médiateur, courriel ou courrier simple) par les consommateurs parties à un litige de consommation ou leurs représentants.

Un dossier de demande de médiation doit comporter a minima et sans que cette liste soit limitative :

- un exposé écrit de la demande ;
- la preuve de l'existence du contrat de vente ou de prestation de service (facture, CGV, tout ou partie du contrat de vente, ordre de réparation, bon de commande...) ;
- les coordonnées du demandeur (personne physique et, le cas échéant son représentant) et du professionnel ;
- la preuve que le consommateur a sollicité les voies de recours internes au professionnel avant de saisir le Médiateur (réclamations selon les modalités inscrites le cas échéant au contrat, saisine du service client ou réclamation...) ;
- tout autre document permettant la compréhension du litige et de la demande.

Le dossier de saisine peut être déposé en ligne ou adressé par courriel ou courrier postal (formulaire de saisine téléchargeable sur le site du Médiateur).

La procédure est écrite, sauf cas particulier lié à la complexité du litige.

La langue de procédure est le français. Une saisine dans une autre langue ne pourra pas être enregistrée ni traitée.

### 2.4. Déroulement de la procédure

Le Médiateur vérifie la recevabilité des litiges qui lui sont soumis.

Un litige ne peut être examiné par le Médiateur de la consommation lorsque :

- le consommateur ne justifie pas avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat ;
- la demande est manifestement infondée ou abusive ;

<sup>3</sup> Pour s'assurer que le professionnel avec lequel il a un litige est adhérent au CNPA, le consommateur est invité à contacter le bureau du CNPA situé dans la région où est établi le professionnel (coordonnées à l'adresse : <https://www.cnpa.fr/regions>)



- le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre Médiateur ou par un tribunal ;
- le consommateur a introduit sa demande auprès du Médiateur dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel ;
- le litige n'entre pas dans son champ de compétence.

En cas de rejet de sa demande de médiation, le consommateur en est informé par le Médiateur, dans un délai de trois semaines à compter de la réception de son dossier complet de demande de médiation. Le cas échéant, le Médiateur peut réorienter le consommateur vers le bon interlocuteur.

En cas de recevabilité, le saisissant en est informé sans délai et le médiateur avertit le professionnel de sa saisine. Ce dernier dispose d'un délai de 14 jours calendaires pour faire savoir au médiateur s'il accepte ou s'il refuse d'entrer en médiation ; l'absence de réponse dans le délai imparti vaut refus.

En cas de refus du professionnel, le saisissant est informé par le médiateur sans délai que le processus de médiation ne peut pas avoir lieu.

En cas d'acceptation et dès réception du dossier complet sur lequel est fondée la demande du consommateur, le Médiateur notifie aux parties par voie électronique ou par courrier simple sa saisine. Cette notification rappelle aux parties qu'elles peuvent à tout moment se retirer du processus. La date de cette notification marque le point de départ du délai mentionné à l'article 2.5.

Le Médiateur peut communiquer, à la demande de l'une des parties, tout ou partie des pièces du dossier, dans le respect des règles de confidentialité et de sécurité.

#### **2.5. Durée**

La durée de la médiation est de quatre-vingt-dix jours à compter de la date de la notification aux parties de la saisine du Médiateur mentionnée à l'article 2.4.

Le Médiateur peut prolonger ce délai, à tout moment, en cas de litige complexe. Il en avise sans délai les parties.

Toute action en justice introduite par l'une des parties contre l'autre partie pendant le processus de médiation met fin à celle-ci. La partie la plus diligente en informe le Médiateur qui met alors fin à sa mission.

#### **2.6. Prescription**

Conformément aux dispositions de l'article 2238 du Code civil, la « *prescription est suspendue à compter du jour où, après la survenance d'un litige, les parties conviennent de recourir à la médiation ou à la conciliation ou, à défaut d'accord écrit, à compter du jour de la première réunion de médiation ou de conciliation. Le délai de prescription recommence à courir, pour une durée qui ne peut être inférieure à six mois, à compter de la date à laquelle soit l'une des parties ou les deux, soit le médiateur ou le conciliateur déclarent que la médiation ou la conciliation est terminée.* »

#### **2.7. Fin**

A défaut d'accord amiable entre les parties, le Médiateur leur propose une solution pour régler le litige.

Le Médiateur, en faisant connaître aux parties la solution qu'il propose, leur rappelle, par courrier simple ou par voie électronique :

- qu'elles sont libres d'accepter ou de refuser sa proposition de solution ;
- que la participation à la médiation n'exclut pas la possibilité d'un recours devant une juridiction ;
- que la solution peut être différente de la décision qui serait rendue par un juge.

L'absence de réponse par l'une ou l'autre des parties à l'issue d'un délai de réflexion de 14 jours calendaires, à compter de l'envoi de la proposition de solution aux parties, équivaut à un refus de la proposition du Médiateur.

Le Médiateur précise également quels sont les effets juridiques de l'acceptation de la proposition de solution.



### 3. RAPPORT ANNUEL

Chaque année un rapport est mis en ligne sur le site du Médiateur et communiqué sur demande par voie électronique. Il rend compte des activités de l'année écoulée et comprend, notamment :

- le nombre de litiges dont il a été saisi et leur objet ;
- les questions les plus fréquemment rencontrées dans les litiges qui lui sont soumis et ses recommandations afin de les éviter ;
- la proportion de litiges qu'il a refusé de traiter et l'évaluation en pourcentage des différents motifs de refus ;
- le pourcentage des médiations interrompues et les causes principales de cette interruption ;
- la durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges ;
- le cas échéant, le pourcentage des médiations qui sont exécutées ;
- le cas échéant, l'existence de la coopération au sein de réseaux de Médiateurs de litiges transfrontaliers.

La présente charte est téléchargeable sur le site du Médiateur.

Tout client ou tout professionnel de l'automobile ayant recours au Médiateur s'engage à la respecter.

## *ANNEXE - Le COMMERCE et les SERVICES, la filière aval de l'automobile*

*La branche*

<b>135 000</b> <b>entreprises</b>	<b>410 000</b> <b>salariés</b>	<b>140 milliards €</b> <b>de CA</b>	<b>56 000</b> <b>jeunes formés</b>
--------------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------------	---------------------------------------

Le secteur de la distribution et des services de l'automobile :

**Vend** 2,1 millions de véhicules neufs (toutes catégories) ;  
5,5 millions de véhicules d'occasion ;  
255 000 deux-roues ;  
50,9 millions de m<sup>3</sup> de gasoil et d'essence ;  
7,4 millions de m<sup>3</sup> de fioul.

**Réalise** 21 millions de locations à 7,5 millions de locataires.

**Contrôle** 25,9 millions de véhicules dans les centres de contrôle technique.

**Entretien** un parc global de 42,7 millions de véhicules automobiles.

**Élimine** 1 million de véhicules hors d'usage dont il récupère les pièces de réemploi destinées à la vente ainsi que les matières pouvant être valorisées ou recyclées.

**Enseigne** à 1,4 million de candidats les différents permis de conduire.

L'automobile **rapporte** annuellement environ 40 milliards d'euros en taxes spécifiques et en redevances à l'État.

La filière aval est constituée en majorité de **petites entreprises artisanales**. Ainsi, près de 59 % des entreprises de la branche comptent zéro salarié et 95% des entreprises emploient moins de 10 salariés.

*Le CNPA*

Le Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) est une organisation patronale fondée en 1902 pour défendre les intérêts des entreprises de la distribution et des services de l'automobile en France. Il est le principal mouvement d'entrepreneurs des métiers de la mobilité : commerce de véhicules, distribution de carburants et de nouvelles énergies, réparation, recyclage et toutes les offres de services aux automobiles.

Il a trois missions principales :

### *1. Défendre les intérêts de la Profession*

Le CNPA entretient un dialogue permanent avec les pouvoirs publics locaux, nationaux et européens. En tant qu'organisation professionnelle majoritaire de la filière, le CNPA est l'interlocuteur privilégié, associé à l'ensemble des travaux menés par le gouvernement, les

parlementaires ou l'administration. Il siège dans plusieurs commissions et conseils sous l'égide des pouvoirs publics.

Le CNPA est le partenaire du monde patronal.

- Il administre ou préside les organismes de la profession en matière sociale et de formation : l'institut de retraites et de prévoyance (IRP Auto), l'association nationale pour la formation automobile (AFORPA), le groupement national pour la formation automobile (GNFA) ou encore le GARAC, l'école nationale des professions de l'automobile et du motorcycle.
- Il participe aux travaux des principales organisations interprofessionnelles : MEDEF, CPME et U2P ;
- Il est un interlocuteur privilégié des chambres de métiers et des chambres de commerce et d'industrie.
- Il est présent au sein de plusieurs organisations européennes et internationales : le CECRA (Conseil européen du commerce et réparation automobile), le CEGAA (Agents de marque), Leaseurope (Loueurs) ou EGARA (Recycleurs)...

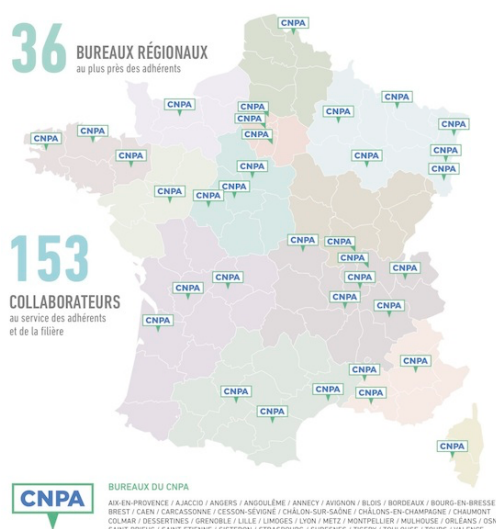
### 2. Fournir des services aux entreprises

Le CNPA informe et conseille ses adhérents sur leurs droits et leurs obligations en matière juridique, sociale, fiscale, environnementale, santé, sécurité et prévention des risques professionnels.

### 3. Mener une prospective sur les métiers

Le CNPA mène une prospective sur les métiers en anticipant les évolutions économiques, techniques et réglementaires des activités qu'il représente.

Le CNPA, ce sont :



- 21 métiers représentés, depuis les concessionnaires automobiles jusqu'aux recycleurs ;
- 1700 élus, porte-parole des professionnels au sein des instances territoriales et nationales du CNPA ;
- 36 bureaux régionaux ;
- plus de 150 collaborateurs sur tout le territoire.

**Médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA)**

43 bis route de Vaugirard - 92190 Meudon - [www.mediateur-cnpa.fr](http://www.mediateur-cnpa.fr)

*ISSN 2742-4162 - Dépôt légal : A parution*

