

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020

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

Rapport annuel 2020

LE MOT DU MÉDIATEUR.....	4
LE MÉDIATEUR DU CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE (CNPA).....	5
LES ACTIVITÉS DU MÉDIATEUR DU CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE (CNPA) EN 2020.....	6
LES RECOMMANDATIONS DU MÉDIATEUR	11
À l'attention des professionnels de l'automobile.....	11
À l'attention des consommateurs.....	11
À l'attention des pouvoirs publics.....	11
ANNEXE - LE CV DU MÉDIATEUR.....	12
ANNEXE - LA PROCÉDURE	13
ANNEXE - LE COMMERCE ET LES SERVICES, LA FILIÈRE AVAL DE L'AUTOMOBILE.....	14
La branche	14
Le CNPA.....	14

Le MOT du Médiateur



Paul MAURIAC

Au cours de l'année 2020, les services du médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) ont dû s'adapter aux effets de la crise sanitaire et des confinements successifs. Avec une année marquée par la pandémie de la Covid 19, les services du médiateur ont connu des dysfonctionnements opérationnels qui ont dans un premier temps impacté le temps de traitement des dossiers : maladie, fermeture des entreprises et des bureaux pendant le premier confinement, mise en place du télétravail en mode « dégradé », parfois non-réception des saisines adressées par courrier postal (effet amplifié par le déménagement des locaux du médiateur) et saisines plus nombreuses qu'en 2019 (+19%).

Conscient du retard accumulé, dont la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation a été informée, j'ai renforcé mon équipe par des recrutements d'abord ponctuels, puis plus pérennes en 2020 et 2021, afin qu'il soit résorbé dans les meilleurs délais. Cette reprise du stock s'est poursuivie en 2021.

42% des demandes de médiation reçues en 2020 ont été déclarées irrecevables pour trois raisons principales : le litige n'entrait pas dans le champ de la médiation de la consommation ou dans le champ de compétence du médiateur ou bien le consommateur ne justifiait pas avoir adressé au professionnel une réclamation écrite datant de moins d'un an.

En particulier, nombre de saisines irrecevables (57%) concernent des non-adhérents du CNPA. Il est d'ailleurs 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.

Une autre tendance marquante : les professionnels n'ont pas la spontanéité d'indiquer expressément s'ils refusent le recours à la médiation. Or leur silence prolongé laisse planer un doute sur la réactivité et la fiabilité du médiateur. C'est la raison pour laquelle l'absence de réponse du professionnel dans un délai de 15 jours est assimilée à un refus d'entrer en médiation et entraîne la clôture du dossier.

Une nuance à ce constat doit toutefois être apportée : la fermeture de nombre d'entreprise des services de l'automobile lors du premier confinement et l'absence de personnel pour répondre aux sollicitations du médiateur ont accentué mécaniquement le nombre de refus tacites.

Enfin, sur 39 médiations acceptées en 2020, seules 18 ont pu faire l'objet d'une proposition de solution de ma part ; les autres ont dû être abandonnées en cours de procédure, faute de diligence des parties.

Là encore, je ne peux déplorer que tant les consommateurs que les professionnels comprennent difficilement que le médiateur est indépendant et neutre vis-à-vis des parties : il les aide à parvenir à une solution à l'amiable, sans donner davantage raison à l'un ou à l'autre, chose que certains protagonistes ont des difficultés à accepter.

Le MÉDIATEUR 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, adhérents du CNPA à jour de leur cotisation annuelle et établis sur le territoire métropolitain (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 véhicules¹.

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

- vendeurs de véhicules neufs et d'occasion (concessionnaires, agents de marques et vendeurs indépendants de véhicules particuliers, véhicules utilitaires, camions, camping cars et autres véhicules de loisirs, cycles, motocycles, voiturettes, engins de déplacement personnel...);
- réparateurs de véhicules (concessionnaires, agents, carrossiers, mécaniciens indépendants, centres multimarques de réparation automobile);
- vendeurs d'accessoires de cycles, motocycles et véhicules automobiles;
- centres de contrôle technique;
- dépanneurs-remorqueurs et fourrières;
- détaillants en carburants et lubrifiants (stations-service);
- entreprises de formation des conducteurs (auto-écoles);
- installateurs agréés nouvelles énergies (GPLc, rétrofit, biocarburants...);
- laveurs haute pression;
- métiers de la mobilité partagée (loueurs de véhicules courte durée, certains services de partage de véhicules et engins de déplacement personnel...);
- parcs de stationnement;
- recycleurs de véhicules hors d'usage (VHU).

Placé auprès du Président national du CNPA, le médiateur 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.

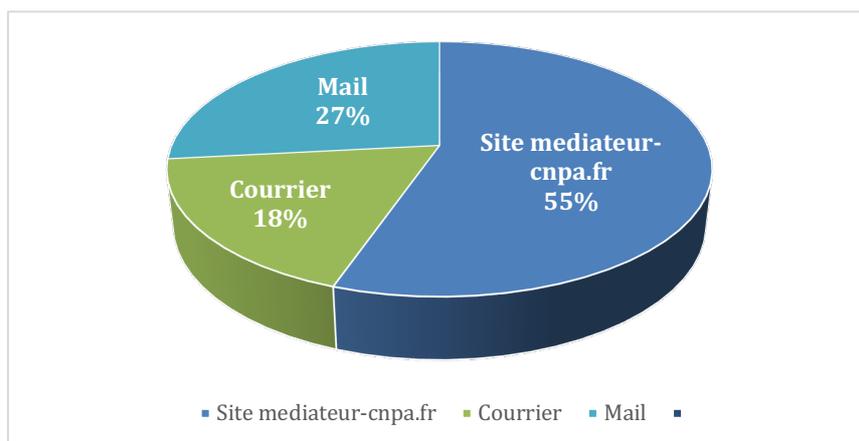
¹ Dans une telle hypothèse, le consommateur est invité à vérifier si le litige relève de la médiation CMFM mise en place par les constructeurs automobiles en consultant le site : <http://www.mediationcmfm.fr>.

Les ACTIVITÉS du Médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) en 2020

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 consommation².

1. Modes de saisine du médiateur

Les consommateurs peuvent saisir le médiateur selon trois modes distincts. Les saisines se répartissent comme suit :



2. Nombre de litiges dont le médiateur a été saisi



Le nombre de saisines reçues en médiation de la consommation au cours de l'exercice 2020 a augmenté de plus de 19 % par rapport à l'exercice précédent.

Ces 1767 demandes représentent la somme des saisines non clôturées au 1^{er} janvier 2020, auxquelles s'ajoutent les saisines reçues et traitées en 2020.

Sur les 1767 demandes de médiation, 102 saisines (soit 5,7%) sont hors champ de la médiation. Il s'agit essentiellement de demande d'avis ou de conseil juridique ainsi que de remarques générales sur le secteur.

² 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.

Comme pour toute analyse objective, ce chiffre doit être remis dans son contexte : il faut relativiser ce nombre de dossiers par rapport aux 7,9 millions de véhicules vendus, aux 47,5 millions de véhicules entretenus, aux 24,8 millions de contrôles techniques réalisés, au million de véhicules détruits et valorisés et au million de permis de conduire délivrés.

3. Proportion de litiges que le médiateur a refusé de traiter et évaluation en pourcentage des différents motifs de refus ³



639 dossiers irrecevables

Les deux motifs principaux d'irrecevabilité, qui renforcent leur pertinence, restent encore les demandes prématurées, sans démarche préalable écrite auprès de l'entreprise concernée, comme l'exige la loi, à peine de refus (271 occurrences, soit 42 % des saisines irrecevables), et les dossiers hors champ de compétence du médiateur et impliquant un professionnel non-adhérent (366 cas, soit 57 % des saisines irrecevables).

- Pour rappel, depuis le 15 avril 2019, seules les saisines impliquant des professionnels adhérents du CNPA relèvent du champ de compétence du médiateur.

La méconnaissance par les consommateurs du fonctionnement de la médiation explique la saisine directe du médiateur sans préalablement s'adresser au commerçant, via une réclamation écrite, pour trouver une solution amiable.

- Il serait nécessaire d'informer davantage les consommateurs des modalités de recours aux services du médiateur, afin d'éviter que le rejet du dossier ne braque encore davantage des particuliers qui s'estiment déjà lésés.

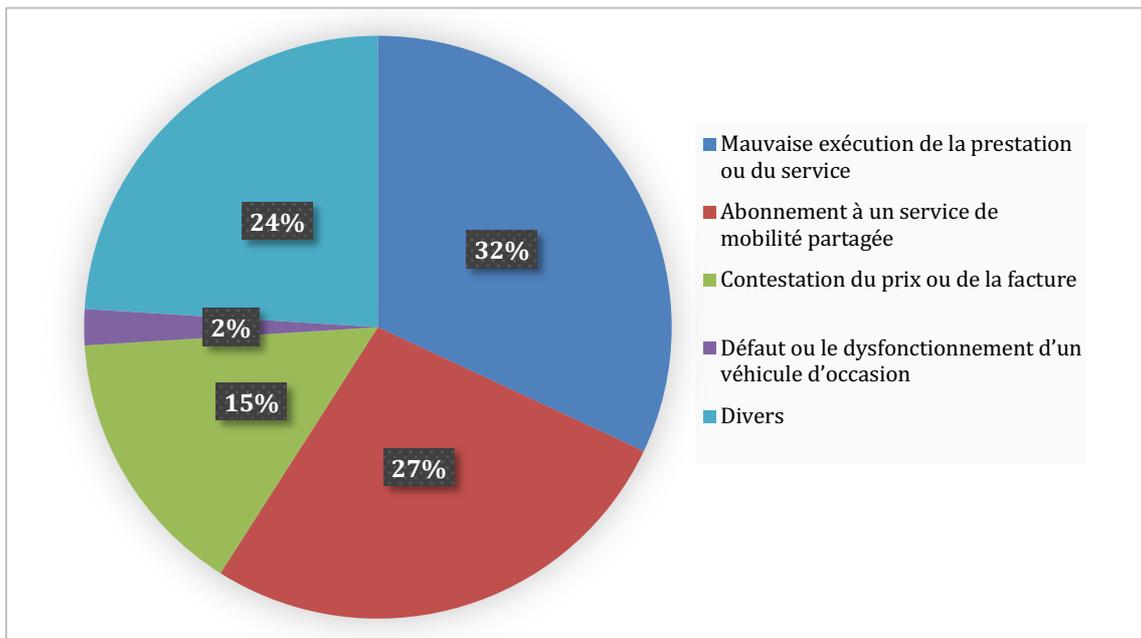
Dans la mesure du possible, le consommateur est réorienté vers le médiateur ou l'interlocuteur compétent.

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

Plus de la moitié des dossiers transmis au médiateur en 2020 ont porté sur la mauvaise exécution de la prestation ou du service (32 % ; il peut s'agir de la qualité d'une réparation ou de la prestation de location d'un véhicule, par exemple) ou concernent un abonnement à un service de mobilité partagée (27 %).

D'autres motifs de saisines en 2020 ont concerné la contestation du prix ou de la facture (15 %) ou le défaut ou le dysfonctionnement d'un véhicule d'occasion (2 %).

³ Art. L. 612-2 du code de la consommation.



5. Issue des médiations

5.1. Médiations refusées ou interrompues et principales causes de cette interruption

870 refus d'entrer en médiation
par les professionnels

Sur 1026 saisines recevables, 870 ont été clôturées parce que le professionnel a refusé, expressément ou faute de réponse dans les délais impartis, d'entrer en médiation.

J'observe une certaine stabilité dans le comportement des professionnels sollicités pour une médiation qui majoritairement vont refuser l'entrée en médiation ou ne pas y répondre, ce qui revient finalement au même et ce, malgré les relances qui leur sont faites.

Face à une telle situation, le consommateur en est informé et le dossier est clôturé.

En 2020 le taux moyen de médiations non menées à terme reste très élevé (84,7 % des dossiers). Mais une analyse plus fine du taux de refus fait apparaître de grandes disparités selon les secteurs d'activité ou selon les professionnels.

Il n'est pas rare qu'un travail de recherche ou de mise à jour du contact compétent pour traiter la demande de médiation soit à faire et, une fois cet interlocuteur identifié, le médiateur doit expliquer ou réexpliquer les enjeux de la médiation qui restent largement méconnus.

5.2. Médiations acceptées

39 médiations acceptées
par les professionnels...

... Mais seulement 18 médiations sont allées au bout du processus et ont donné lieu à une proposition de solution de la part du médiateur. 21 ont été abandonnées en cours de procédure.

- Dans les deux tiers des cas (66%), la proposition formulée par le médiateur a été acceptée par les parties.
- Ce chiffre ne tient pas compte des dossiers recevables, en cours de traitement, et non clôturés au 31 décembre 2020.

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 a duré 120 jours.

Ces délais, certes trop importants, s'expliquent par différents facteurs liés à la crise sanitaire, dont les effets se sont conjugués :

- La fermeture lors du premier confinement d'un nombre très important d'entreprises du secteur automobile, qui n'ont donc pas répondu aux sollicitations du médiateur (or le silence gardé vaut refus tacite).
- Un taux toujours soutenu des saisines reçues par courrier postal (presque un dossier sur cinq), qui n'ont pas pu être traitées pendant les périodes de confinement. Ces demandes ont été traitées avec retard par une équipe assujettie au télétravail imposé à grande échelle par les règles sanitaires. De plus, le déménagement des locaux du médiateur le 1^{er} novembre 2020, de Suresnes à Meudon, lors du second confinement, a entraîné de forts retards d'acheminement du courrier par les services postaux (jusqu'à trois mois de réacheminement).

Cet afflux de dossiers, les nouvelles conditions de travail pendant la crise sanitaire et le délai de réception du courrier postal ont fortement impacté le service de la médiation, tout comme - et durablement - l'absorption du flux et les délais de traitement.

Pour autant, la continuité du service a été assurée, et le CNPA a soutenu le médiateur en renforçant son secrétariat, par le recrutement d'une assistante supplémentaire.

Parmi ses recommandations au législateur, le médiateur suggère de porter le délai légal d'une médiation de 90 jours à 180 jours.

En effet, dans le secteur automobile, les litiges sont souvent complexes ; ils nécessitent des analyses poussées, des expertises le cas échéant, de nombreux échanges entre le médiateur et les parties, et trois mois ne sont pas toujours suffisants pour permettre au consommateur et au professionnel de parvenir à un accord.

Rallonger le délai de traitement initial d'une médiation permettrait ainsi de donner davantage de chances à une médiation d'être couronnée de succès.

Les RECOMMANDATIONS du Médiateur

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

À 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 de la consommation.

Dans un autre ordre d'idées, il est encore 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.

À 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 ne peut être enregistré encore, faute pour le consommateur d'avoir indiqué les noms et coordonnées du professionnel mis en cause, voire ses propres coordonnées, mettant le médiateur dans l'impossibilité de mener à bien sa mission.

À 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 (180 jours), tout en laissant la possibilité au médiateur de le prolonger à tout moment en motivant les raisons de ce choix.

2) 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. En effet, le faible montant du litige, mis en balance avec le coût de la médiation pour le professionnel, amène souvent ce dernier à refuser d'entrer en médiation.
- 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

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
- par courrier postal en adressant un dossier⁴ à : M. le Médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA), 43 bis route de Vaugirard, CS 80016, 92190 MEUDON
- ou par courriel à l'adresse : 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.

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

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

La branche



(source : <https://www.services-automobile.fr/les-services-automobiles>)

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 comptait plus de 20 600 adhérents en 2020, répartis dans 21 métiers :



Le CNPA, ce sont aussi 1700 élus, porte-parole des professionnels au sein des instances territoriales et nationales du CNPA, 36 bureaux et plus de 140 collaborateurs sur tout le territoire.

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

43 bis route de Vaugirard - CS 80016 - 92197 Meudon cedex

www.mediateur-cnpa.fr

ISSN 2742-4162 - Dépôt légal : A parution

