

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021

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

Rapport annuel 2021

LE MOT DU MEDIATEUR.....	4
LE MÉDIATEUR DU CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE (CNPA).....	5
LES ACTIVITÉS DU MEDIATEUR DU CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE (CNPA) EN 2021	6
LES RECOMMANDATIONS DU MEDIATEUR	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 MEDIATEUR.....	13
ANNEXE - LA PROCEDURE	14
ANNEXE - LE COMMERCE ET LES SERVICES, LA FILIERE AVAL DE L'AUTOMOBILE.....	15
La branche	15
Le CNPA.....	15

Le MOT du Médiateur



Paul MAURIAC

La crise sanitaire qui s'est poursuivie en 2021 a continué d'impacter fortement l'activité du médiateur en 2021, avec un fort retard accumulé en 2020 qu'il a fallu résorber.

Le renforcement de l'équipe du secrétariat par le recrutement d'intérimaires et la création d'un second poste au secrétariat permis de rattraper ce retard.

Le médiateur continue de faire face à des saisissants et des professionnels qui manquent de réactivité et tardent à faire connaître leur décision : acceptation ou refus de la médiation ; accord amiable ; acceptation ou refus de la proposition de solution faite par le médiateur.

Fort de ce constat, le médiateur a adapté le processus pour pallier cette difficulté, et notamment relancer de manière systématique les parties et inciter plus fortement les professionnels à parvenir à une solution amiable.

Enfin, l'absence de champs obligatoires pour la saisine par les consommateurs (via internet, par courrier postal ou courriel) rend parfois difficile l'identification du professionnel concerné par la demande.

Un guide à la saisine sera publié en 2022 sur le site du médiateur pour y remédier.

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 (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 (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;
- 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...);
- parcs de stationnement;
- ramasseurs agréés d'huiles usagées;
- recycleurs.

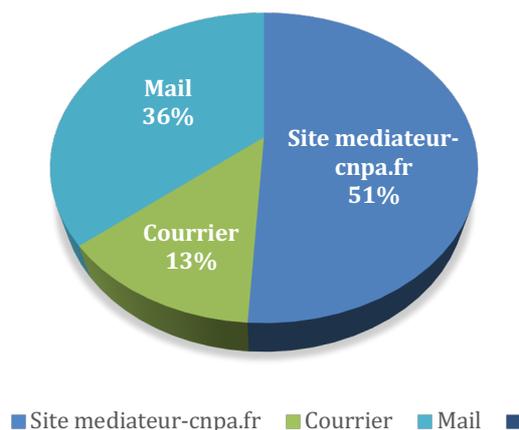
Le Médiateur est nommé par le Directoire, sur proposition du Président national pour une durée de trois ans, renouvelables pour la même période. Il est irrévocable pour la durée de son mandat, sauf cas de force majeure.

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 2021

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 en 2021



La moitié des saisines ont été déposées sur le site www.mediateur-cnpa.fr.

Un gros tiers a été adressé par voie électronique, à l'adresse mediateur@mediateur-cnpa.fr.

Enfin, les consommateurs utilisent encore la voie postale, et ont envoyé leurs dossiers à l'adresse : M. le Médiateur du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA), 43 bis route de Vaugirard, CS 80016, 92197 Meudon CEDEX.

2. Nombre de litiges dont le médiateur a été saisi en 2021



Le nombre de saisines reçues en médiation de la consommation au cours de l'exercice a augmenté de plus de 128 % par rapport à l'exercice précédent.

Ces 4039 demandes représentent le nombre de saisines déposées en 2020 et traitées en 2021 (2101), auquel s'ajoutent les saisines reçues et traitées en 2021 (2228), et déduction faite des saisines de 2021 traitées en 2022 (290).

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.

Sur les 4039 demandes de médiation enregistrées au cours de l'année 2021, 431 saisines sont hors champ de la médiation (10,67 %). Il s'agit essentiellement de demande d'avis ou de conseil juridique (chiffre en nette augmentation par rapport à 2020).

Afin que l'analyse de ces chiffres bruts demeure objective, il convient de la remettre dans le contexte des 7,9 millions de véhicules vendus, des 47,5 millions de véhicules entretenus, des 24,8 millions de contrôles techniques réalisés, du million de véhicules détruits et valorisés et du 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 refus³



1840 dossiers irrecevables

Les deux motifs principaux d'irrecevabilité restent encore les demandes prématurées, sans démarche préalable écrite auprès de l'entreprise concernée, comme l'exige la loi, à peine de refus (931 cas, soit 50,6 % des saisines irrecevables), et les dossiers hors champ de compétence du médiateur et impliquant un professionnel non-adhérent (899 occurrences, soit 48,8 % des saisines irrecevables).

Afin de remédier à la méconnaissance par les consommateurs du fonctionnement de la médiation de la consommation – qui a pour conséquence la saisine directe du médiateur sans s'adresser préalablement au commerçant, via une réclamation écrite, pour trouver une solution amiable – le site du médiateur sera enrichi, en 2022, d'un mode d'emploi à la saisine.

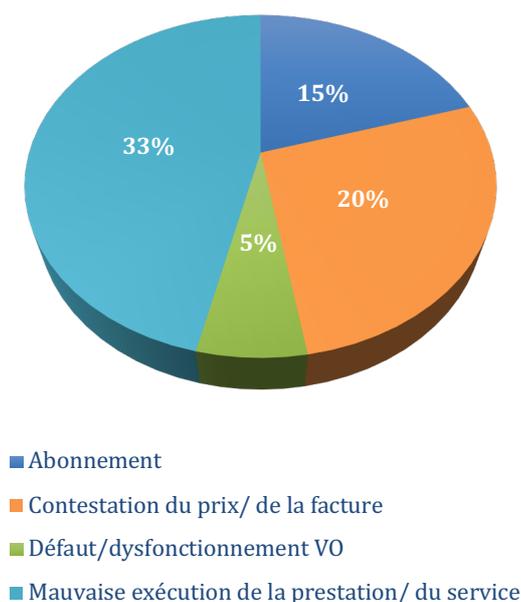
Dans la mesure du possible, le consommateur a été réorienté vers le médiateur ou l'interlocuteur compétent.

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

Plus de la moitié des dossiers transmis au médiateur en 2021 ont porté sur la mauvaise exécution de la prestation ou du service (33,39 % : il peut s'agir de la qualité d'une réparation ou de la prestation de location d'un véhicule, par exemple) ou concernent la contestation du prix ou de la facture (19,52 %).

Les autres motifs de saisines en 2021 ont concerné par exemple une réclamation quant à un abonnement à un service de mobilité partagée (14,58 %) ou quant à un défaut ou un dysfonctionnement d'un véhicule d'occasion (4,55 %).

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



5. Médiations acceptées, refusées ou abandonnées

5.1. Médiations acceptées

442 médiations acceptées
par les professionnels

442 médiations sont allées au bout du processus.

Dans une majorité de situations (331 cas), les parties sont parvenues à un accord grâce à la saisine du médiateur, sans que ce dernier ait à formuler une proposition.

Le médiateur a émis une proposition de solution dans 111 litiges, laquelle a été acceptée par les parties dans presque 85 % des cas (94 cas, soit 84,7 %) et refusée par l'une des parties dans 15,3 % des cas (sur 17 refus, quatre émanent du consommateur et 13 émanent du professionnel).

5.2. Médiations refusées ou abandonnées

1309 refus d'entrer en médiation
par les professionnels

Sur 1768 saisines recevables, 1309 ont été clôturées parce que le professionnel a refusé, expressément ou faute de réponse dans les délais impartis, d'entrer en médiation (ce qui représente quasiment les trois quarts des cas).

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

Pour remédier à ce constat navrant, le médiateur et le CNPA, auquel il est adossé, ont entamé dès l'été 2021 une campagne de sensibilisation et d'information à destination, notamment, des professionnels pour informer du fonctionnement de la médiation de la consommation et des avantages que ce mécanisme de règlement amiable des litiges présente pour chacune des parties concernées, avec une campagne d'e-mailing, la publication d'articles dans les revues spécialisées, la diffusion de vidéos sur les réseaux sociaux.

De même, les processus de traitement des dossiers ont été améliorés fin 2021 : les professionnels n'ayant pas répondu au médiateur dans les sept jours à compter de l'envoi de la demande d'acceptation de la médiation ont été systématiquement relancés, ce qui a permis d'augmenter fortement le taux d'acceptation par les professionnels au dernier trimestre 2021.



17 médiations ont été abandonnées en cours de procédure, soit 1,3% des médiations non menées à leur terme. Notons que tous ces abandons ont émané du consommateur.

6. Durée moyenne nécessaire à la résolution des litiges

Bien que 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 en 2021.

Ces délais, certes trop importants, sont explicables par différents facteurs liés à la crise sanitaire de 2020, dont les effets se sont conjugués :

- La fermeture lors du premier confinement de mars à mai 2020 d'un nombre très important d'entreprises de la branche, qui n'ont donc pas répondu aux sollicitations du médiateur (or le silence gardé vaut refus tacite d'entrer en médiation) ;
- Un taux toujours soutenu des saisines reçues par courrier postal (un dossier sur sept), qui n'ont pas pu être traitées par le médiateur et son secrétariat pendant les périodes de confinement ; or ces demandes ont été examinées 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, la veille 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 en mode dégradé, et le délai de réception du courrier postal, ont fortement impacté le service de la Médiation, et bien sûr 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 créant un second poste d'assistant(e) au secrétariat.

Parmi ses recommandations au législateur, le médiateur suggère à nouveau de porter le délai légal de traitement des médiations à 180 jours minimum. Même si une telle augmentation semble aller à l'encontre du caractère rapide de ce mode de traitement des litiges, la prolongation du délai tendrait, à notre sens, à optimiser le nombre de solutions amiables trouvées entre les parties.

Les RECOMMANDATIONS du Médiateur

Quand les parties sont entrées en médiation, il est primordial qu'elles se donnent les moyens de mener à bien la médiation, tant en termes de mobilisation que de réactivité. Dans le cas contraire le processus perd grandement en efficacité et ne saurait être rapide.

Pour maintenir le lien entre elles, et dans le respect du contradictoire, il est nécessaire qu'elles répondent avec diligence aux sollicitations du médiateur

À l'attention des professionnels de l'automobile

Les professionnels ne doivent plus hésiter 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 acceptent ou 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.

Comme indiqué précédemment, les professionnels n'ayant pas répondu sous 7 jours au médiateur sont à présent systématiquement relancés afin qu'ils fassent part expressément de leur acceptation ou de leur refus d'entrer en médiation.

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

Pour gagner en efficacité dans le traitement des saisines reçues, les consommateurs sont invités à :

- faire 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 !), bien libeller et sérier ses demandes, voire présenter des chiffrages ;
- envoyer rapidement leurs pièces ;
- répondre avec célérité aux sollicitations du médiateur ;
- renseigner correctement leurs coordonnées pour pouvoir être joints, ainsi que celles du professionnel : un trop grand nombre de saisines encore ne peut être traité efficacement, faute pour le consommateur d'avoir indiqué a minima les noms et coordonnées du professionnel mis en cause ;
- justifier avoir joint le professionnel par écrit dans les 12 mois précédant sa saisine.

Afin de remédier à ces difficultés en grande partie liées à la méconnaissance du processus, le médiateur va enrichir son site d'un mode d'emploi à la saisine en 2022.

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 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

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.

Or 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 minimale, à la charge du consommateur.

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) – médiateur de la consommation
- 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
- Oct. 2021** Formation suivie à l'Association Nationale des Médiateurs (ANM) : « La Médiation de la consommation : son droit et sa conduite » (2 jours)
- Nov. 2021** Formation suivie à l'Institut de la Gestion Publique et du Développement Économique du Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance (IGPDE) : « La Médiation de la Consommation » (1 journée)

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 dossier complet⁴ 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.

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 22 600 adhérents en 2021, 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 régionaux 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

Dépôt légal : A parution

