



Centre de Médiation de la Filière Automobile

Rétablir le dialogue



Les dirigeants de l'Industrie Automobile Française
pour la Médiation
comme la voie à privilégier en cas de litige entre un
client et son fournisseur

Octobre 2014

Avec le soutien de la :





Pourquoi la Médiation ?

« Restaurer la confiance »

LA MÉDIATION, UN FACILITATEUR DE DIALOGUE AU CŒUR DE LA FILIÈRE INDUSTRIELLE AUTOMOBILE

Le Centre de Médiation de la Filière Automobile (CMFA) est une entité indépendante créée à l'initiative des organisations professionnelles que sont la FIEEC, la FIEV, la FIM, les Fondateurs de France, le GPA et le SNCP, qui ont été rejointes par le CCFA et la FFC.

Regroupant l'ensemble des acteurs de l'Industrie Automobile, il met à la disposition des chefs d'entreprise un outil conçu pour et adapté à la relation client-fournisseur de la filière industrielle automobile.

L'OBJECTIF EST :

D'accompagner les entreprises dans la résolution amiable de litige. C'est un dispositif souple, efficace et confidentiel qui permet d'aboutir aisément à un accord à l'amiable.

DANS QUELLE SITUATION :

On peut solliciter la médiation en toute situation car elle couvre tout type de différend de la relation industrielle entre client et fournisseur.

QUELS AVANTAGES :

Il s'agit avant tout de rétablir le dialogue. Par ailleurs, contrairement à une procédure juridictionnelle classique, la Médiation est peu coûteuse, rapide et absolument confidentielle.



La Médiation par étapes

La saisine est écrite et le déroulement est oral

1. UNE ENTREPRISE SAISIT LE CMFA

Qu'elle soit en position de fournisseur ou de client, elle fait parvenir le formulaire rempli disponible sur le site des membres du CMFA.

2. EXAMEN ET RECEVABILITÉ DU DOSSIER

Le directeur du CMFA a la compétence et la formation nécessaire afin d'examiner la recevabilité du dossier sur la base de critères objectifs connus.

3. LE CHOIX DU MÉDIATEUR

Les entreprises choisissent conjointement le médiateur dans une liste mise à leur disposition par le CMFA.

4. DÉROULEMENT DE LA MÉDIATION

Des réunions sont planifiées par le médiateur au cours desquelles ce dernier guide la discussion.

5. LA MÉDIATION PREND FIN

- Lorsqu'un accord est trouvé entre les entreprises, ce dernier débouchant sur sa signature
- ou, sur décision d'une des entreprises qui ne souhaite pas poursuivre,
- ou, sur décision du médiateur s'il estime que la poursuite de la médiation n'est pas de nature à permettre le règlement du différend.



Questions

« Répondre à vos interrogations »

FAUT-IL ÊTRE OBLIGATOIREMENT EN POSITION DE FOURNISSEUR POUR ENGAGER UNE MÉDIATION ? Clients, ou fournisseurs peuvent engager la médiation.

QUE SE PASSE-T-IL EN CAS DE DÉSACCORD ? La procédure est stoppée, les parties sont libres d'avoir recours à d'autres voies dont le recours au juge.

PEUT-ON ENGAGER UNE MÉDIATION AVEC UNE ENTREPRISE ÉTRANGÈRE ? Oui, c'est possible mais plus complexe. Les modalités et le déroulement seront adaptés en conséquence.

QUELLE EST LA VALEUR JURIDIQUE DE L'ACCORD TROUVÉ LORS D'UNE MÉDIATION ? L'accord, lorsqu'il prend la forme d'une transaction, règle définitivement le différend entre les parties et emporte renonciation au droit d'agir en justice.

PFA ET MÉDIATION CMFA : COMMENT ÇA MARCHE ? Dans l'industrie automobile en France, seul le dispositif de Médiation du CMFA existe. Il remplace tout autre dispositif précédent. Le CMFA est autonome et indépendant pour gérer ce sujet. La PFA traite des relations Clients-Fournisseurs, du développement de relations de confiance durables au sein de la filière. Le CMFA et la PFA sont complémentaires et travaillent main dans la main.

PEUT-ON SAISIR UNILATÉRALEMENT LE CMFA ? Oui, cependant la seconde entreprise doit accepter la demande de médiation. Si elle refuse, la médiation est considérée comme rejetée. La médiation ne peut être imposée unilatéralement.

QUELLE EST LA DURÉE D'UNE MÉDIATION ? La durée est variable selon les cas. La durée maximale est de quatre mois, cependant celle-ci peut être prolongée d'un commun accord.

QUEL EST LE COÛT D'UNE MÉDIATION ? A ce jour, le coût de la médiation est de l'ordre de 3400€ TTC, il est supporté à parts égales par les deux parties.



Le Médiateur

LE RÔLE DU MÉDIATEUR

« Le médiateur, facilitateur de dialogue »

Le médiateur est un régulateur, il guide la négociation vers la résolution du litige. Ainsi, il peut suggérer les solutions qui lui paraissent adéquates mais ne peut en aucun cas imposer sa décision.

Il organise et planifie le cours de la médiation.

LES DEVOIRS DU MÉDIATEUR

Le médiateur a un devoir d'impartialité et de confidentialité pendant et après la médiation. Il est tenu de ne divulguer aucune information sur la médiation (y compris sur son existence).

Les parties sont tenues d'une obligation de confidentialité analogue à celles du médiateur.

→ *Liste des médiateurs disponible sur les sites des fédérations membres du CMFA*

Le mot des présidents



Michel Rollier
Président de la PFA



Jean Nanoux
Président du CMFA

« Chaque jour, la Filière Automobile en France génère un flux de sous-ensembles, d'organes et de pièces permettant d'assembler plus de 9000 véhicules. Il peut arriver, exceptionnellement, que survienne un litige entre un Fournisseur et son Client.

C'est pourquoi, les dirigeants de cette industrie souhaitent réaffirmer les points suivants :

La médiation est la voie à favoriser pour régler un litige pouvant survenir entre un Client et l'un de ses Fournisseurs.

A cette fin, la filière automobile a décidé de proposer aux entreprises un dispositif spécifique et adapté à leurs relations. Il s'agit du Centre de Médiation de la Filière Automobile (CMFA) qui est l'entité indépendante ayant pour rôle d'organiser le règlement amiable de ces éventuels litiges.

Le Président et le directeur du CMFA sont chargés d'assurer la bonne marche de cet outil au quotidien au bénéfice des acteurs industriels de la Filière Automobile. »

➔ *Plus d'informations sur les sites des fédérations membres du CMFA*