

# RAPPORT

Service de médiation

# ANNUEL

pour le consommateur

# 2016



Service de Médiation  
pour le Consommateur



# SOMMAIRE

<b>1. INTRODUCTION</b>	<b>4</b>	<b>5. POINTS D'ATTENTION</b>	<b>30</b>
Chiffres clés	6	5.1 Perception et collaboration	31
<b>2. MISSION ET FONCTIONNEMENT</b>	<b>8</b>	5.2 Expertise	31
2.1 Le Service de Médiation pour le Consommateur	8	5.3 Compétences des entités qualifiées	32
2.2 Composition et personnel	9	5.4 Moyens financiers	33
2.3 Fonctionnement	9	<b>6. BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR</b>	<b>34</b>
2.4 Recevabilité	10	6.1 Budget et réalisations 2016	34
2.5 Traitement des dossiers	11	6.2 Budget 2017	35
<b>3. STATISTIQUES</b>	<b>12</b>		
3.1 Dossiers introduits pour médiation	13		
3.2 Dossiers traités	18		
3.3 Dossiers recevables clôturés	19		
3.4 Réponse de l'entreprise à la recommandation	19		
3.5 Nombre de demandes d'information écrites	19		
<b>4. PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES</b>	<b>20</b>		
4.1 Problèmes de garantie	20		
4.2 Paiements et factures injustifiés	23		
4.3 Litiges relatifs aux meubles	25		
4.4 Les compagnies aériennes	26		
4.5 Autres catégories	28		





Service de Médiation  
pour Le Consommateur

« LE SERVICE DE MÉDIATION POUR  
LE CONSOMMATEUR A UNE TRIPLE  
MISSION : INFORMER, REDIRIGER  
VERS LES INSTANCES COMPÉTENTES  
ET JOUER LE RÔLE DE MÉDIATEUR  
DANS LES LITIGES RÉSIDUAIRES. »



INTRODUCTION

La publication du rapport annuel du Service de Médiation pour le Consommateur (ci-après également nommé le SMC) coïncide avec le deuxième anniversaire de son existence. Au cours de cette brève période, il a déjà démontré son utilité et sa nécessité et c'est ce que le présent rapport tend à souligner. En effet, le SMC est un phare pour nombre de consommateurs et d'entreprises en tant que guichet unique en matière du règlement alternatif de litiges.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a une triple mission. En premier lieu, il doit informer le consommateur et l'entreprise, ensuite les rediriger vers les instances compétentes ou, si cela s'avère impossible, jouer le rôle de médiateur dans les litiges résiduels. Toutes ces tâches sont d'une importance égale pour le SMC. Nous voulons effectivement intervenir comme un vrai centre d'expertise en matière de règlement alternatif de litiges. Et apparemment, cela fonctionne car le SMC a reçu pas moins de 7.105 dossiers à traiter en 2016 dont 4.342 relevaient de notre compétence.

Dans le présent rapport annuel, nous analysons de nouveau quelques problèmes courants. Nous indiquons des secteurs dans lesquels certains types de problèmes sont vraiment récurrents et clarifions le problème par le biais de quelques exemples. Le Service de Médiation pour le Consommateur suit de près les évolutions et veut attirer l'attention sur ces problèmes avec ce rapport annuel. Pour chaque secteur, nous formulons aussi des recommandations

que nous adressons tant aux entreprises qu'aux consommateurs afin d'améliorer la situation.

Les litiges relatifs à la garantie sont et restent les plus fréquents. Dans ce domaine, le Service de Médiation pour le Consommateur a pu constater qu'encore trop souvent, les consommateurs aussi bien que les entreprises ignorent leurs droits et obligations. A côté de cela, le SMC a dû traiter une multitude de dossiers dans le secteur des meubles, des articles électroniques (TIC) ou encore du transport aérien. Ci-après, nous faisons également quelques recommandations à ces sujets.

D'autres litiges fréquemment rencontrés en 2016 portaient sur les centres de fitness, les vendeurs de voitures d'occasion et les crèches.

Le Service de Médiation pour le Consommateur peut présenter de beaux résultats. Ce n'est pas sans fierté que nous signalons qu'un règlement à l'amiable a pu être trouvé pour la moitié des dossiers traités par nos collaborateurs. Considérant que nous agissons principalement en tant que service de médiation pour les litiges résiduels, c'est un résultat absolument louable.



**Françoise Sweerts**  
Président du comité  
de direction



**Katelijne Exelmans**  
Vice-président du  
comité de direction

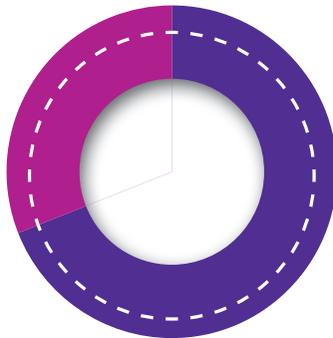


# CHIFFRES CLÉS

## 7105

Dossiers traités en 2016

Dossiers en français  
**31%**

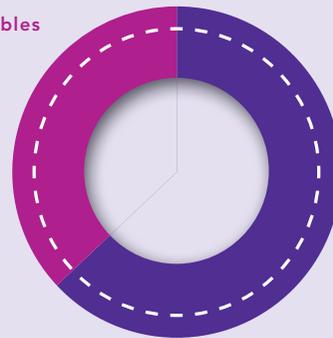


**69%**  
Dossiers en néerlandais

## 4342

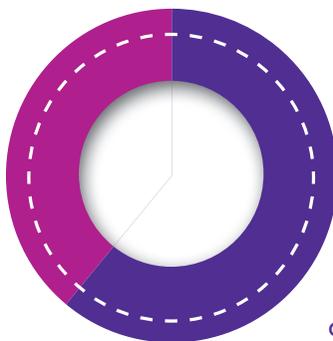
Dossiers clôturés pour lesquels le SMC est compétent

Dossiers non-recevables  
**37%**



**63%**  
Dossiers recevables

Hors compétence  
**39%**

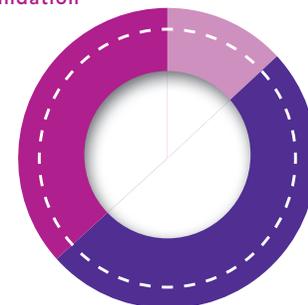


**61%**  
Compétence résiduaire

## 2605

Dossiers recevables clôturés

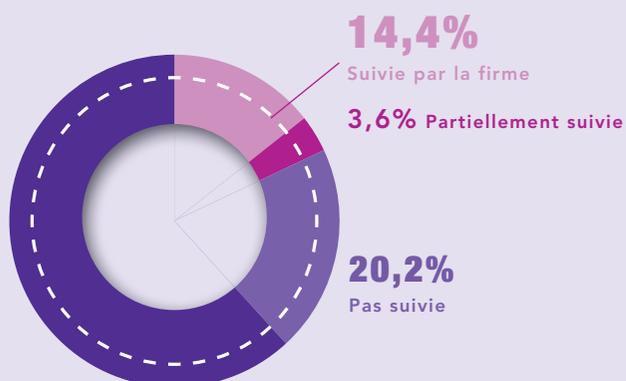
Recommandation  
**37%**



**13%**  
Plainte interrompue

**50%**  
Accord à l'amiable

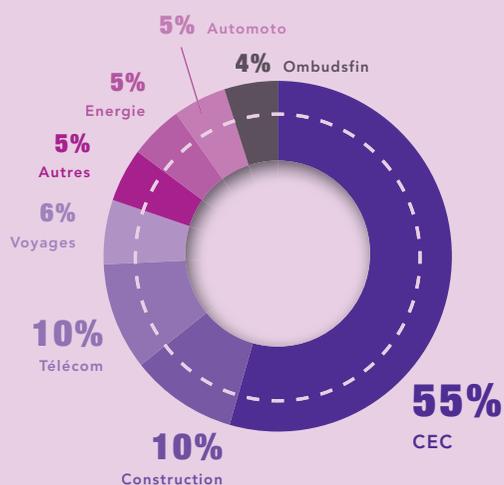
**61,8%**  
Pas de réponse



## Réponse

de la firme à la recommandation

## Détails des dossiers transférés

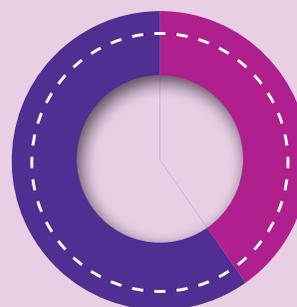


# 174

## Demandes d'information

# 104

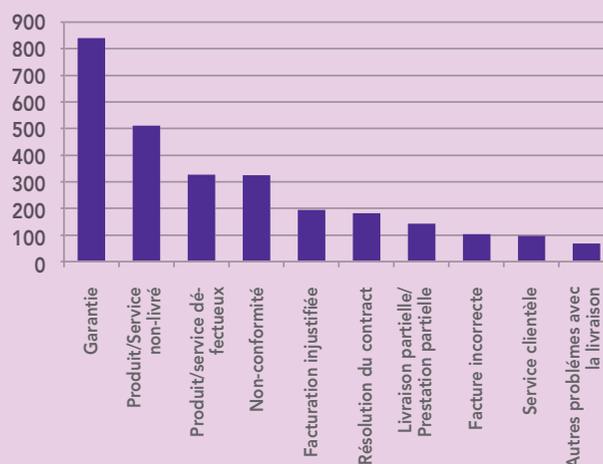
Demandes d'info en néerlandais



# 70

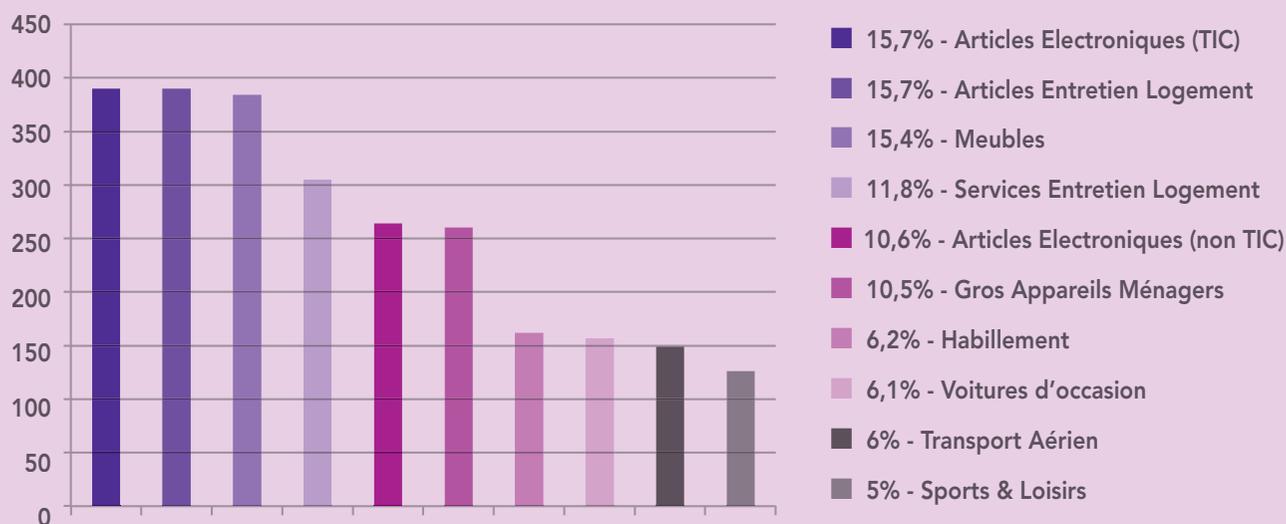
Demandes d'info en français

## Classement par catégorie



# Top 10

## secteurs





« L'ÉLÉMENT CRUCIAL POUR QU'UNE  
MÉDIATION SOIT RÉUSSIE EST LA  
BONNE COLLABORATION DES DEUX  
PARTIES QUI DOIVENT TOUTES LES  
DEUX ÊTRE DISPOSÉES À ABOUTIR À  
UNE SOLUTION. »

# 2

## MISSION ET FONCTIONNEMENT

### 2.1 CONCERNANT LE SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

Le Service de Médiation pour le Consommateur est un service fédéral autonome instauré par la loi du 4 avril 2014 transposant la Directive européenne 2013/11/UE en droit belge et inscrite dans le livre XVI du Code de Droit économique (ci-après: CDE). Le coup d'envoi officiel fut donné le 1<sup>er</sup> juin 2015.

La mission du SMC comprend trois volets qui sont définis dans le livre XVI du CDE. En premier lieu, nous informons les consommateurs et les entreprises de leurs droits et obligations et particulièrement de l'existence d'un règlement extrajudiciaire de litiges. En deuxième lieu, nous réceptionnons toutes les demandes de règlements extrajudiciaires de litiges de consommation en tant que point de contact. S'il existe un service compétent en la matière, nous lui

transférons alors le dossier. Enfin, nous traitons nous-mêmes tous les litiges de consommation qui ne relèvent de la compétence d'aucune entité qualifiée.

Bien que le SMC est un point de contact qui doit aider les consommateurs à trouver leur chemin dans le monde du règlement extrajudiciaire de litiges, ceux-ci sont naturellement libres de communiquer directement avec d'autres instances compétentes.

Le SMC peut bien aider en les redirigeant vers le service approprié rapidement. L'élément central est notre approche accessible qui s'exprime également dans de courtes lignes de communication, tant en interne qu'en externe.

## 2.2 COMPOSITION ET PERSONNEL

Le Service de Médiation pour le Consommateur est géré et représenté par un Comité de Direction constitué de dix membres:

- deux membres du service de médiation pour les télécommunications
- deux membres du service de médiation pour le secteur postal
- deux membres du service de médiation pour l'énergie
- deux membres du service de médiation pour les voyageurs ferroviaires
- l'ombudsman du service de médiation pour les services financiers
- l'ombudsman du service de médiation pour les assurances

Un représentant du Service Public Fédéral Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie siège dans le Comité de Direction avec une voix consultative et pour autant que l'ordre du jour reprenne des décisions relatives à la gestion du Service de Médiation pour le Consommateur. Les membres du Comité de Direction décident en collège.

Ils désignent parmi les membres un président et un vice-président qui appartiennent à un groupe linguistique différent.

Le Comité de Direction est compétent pour tous les actes de disposition et de gestion qui comprennent notamment l'approbation annuelle du plan politique, l'élaboration du budget et la supervision de son exécution, l'élaboration des comptes annuels des recettes et dépenses et l'élaboration du plan de personnel.

## 2.3 FONCTIONNEMENT

La mission primordiale du Service de Médiation pour le Consommateur est d'aider ce dernier dans le cadre du règlement extrajudiciaire de litiges. L'élément le plus important pour réaliser cela est l'accessibilité. Consommateurs et entreprises peuvent nous contacter via notre site internet qui offre également un formulaire de plainte très pratique, par courriel, par téléphone ou par courrier. Une assistance unique est fournie par le guichet d'accueil où des collaborateurs de notre équipe sont à la disposition des consommateurs chaque jour ouvrable pour les aider et les conseiller en français et en néerlandais. Tout consommateur qui le souhaite peut venir discuter personnellement de son dossier. Chaque plainte traitée est confiée à un gestionnaire de dossiers qui l'analyse en détail.

Chaque dossier est évalué par un de nos collaborateurs. D'abord, il faut trouver une réponse à la question de savoir qui est compétent pour le dossier. Le SMC est obligé de transmettre les dossiers pour lesquels une autre entité qualifiée est compétente sans délai à celle-ci. Sur la liste des entités qualifiées reconnues figuraient, fin 2016, douze instances dont le Service de Médiation pour le Consommateur et onze autres:

- Le Service de Médiation pour les télécommunications
- L'Ombudsman pour les services financiers (Ombudsfin)
- L'Ombudsman pour le notariat
- L'Ombudsman pour les assurances
- La Commission de Conciliation Construction asbl
- Le Service de Médiation pour l'Energie
- La Commission de Litiges Voyages
- La Commission de Conciliation Auto-moto

- Le Service de Médiation pour le secteur postal
- Le Service de Médiation des litiges de consommation des avocats
- Service Ombudsman des avocats de l'Ordre des barreaux francophone et germanophone

Lorsqu'aucune autre entité qualifiée n'est compétente, le Service de Médiation pour le Consommateur traite la demande lui-même. Toutefois, il doit toujours s'agir d'un litige de consommation, c.-à-d. un litige entre un consommateur et une entreprise concernant l'exécution d'un contrat de vente ou de services ou concernant l'utilisation d'un produit. Si ce n'est pas le cas, le SMC transmet les dossiers aux services de médiation qui sont bien compétents, comme le Vlaamse Ombudsdienst, l'Ombudsman fédéral, le Médiateur de la Wallonie et de la Fédération Wallonie-Bruxelles ou un service de médiation communal. En effet, il s'agit dans ce cas d'un litige avec une entité administrative au niveau fédéral, régional ou local.

Très souvent, nous transmettons également des plaintes au Centre européen pour le Consommateur (CEC) qui traite sans frais des litiges transfrontaliers et qui dispose d'un vrai réseau européen pour ce faire. Lorsqu'un consommateur a un litige avec un commerçant situé dans un autre état membre de l'Union européenne, nous transmettons donc la plainte au CEC qui intervient alors en tant que médiateur.

## 2.4 RECEVABILITÉ

Après la détermination de la compétence et la transmission éventuelle des dossiers, le Service de Médiation pour le Consommateur traite les dossiers résiduels, c.-à-d. les litiges de consommation pour lesquels aucune autre entité n'est compétente. Chaque dossier est évalué et soumis à un test de recevabilité avant d'être attribué à un gestionnaire de dossiers.

Pour ce qui est des conditions de recevabilité, nous faisons une distinction entre les conditions qui nous obligent légalement de refuser une demande et les conditions qui nous permettent de refuser facultativement une demande.

Le Service de Médiation pour le Consommateur refuse de traiter une demande de règlement extrajudiciaire :

- lorsque la plainte est fantaisiste, vexatoire ou diffamatoire;
- lorsque la plainte est anonyme ou que l'autre partie n'est pas identifiée ou identifiable;
- lorsque la plainte a déjà été traitée par une entité qualifiée;
- lorsque la plainte vise le règlement d'un litige qui fait ou a déjà fait l'objet d'une action en justice.

Le Service de Médiation pour le Consommateur peut refuser de traiter une demande de règlement extrajudiciaire :

- lorsque la plainte en question n'a pas été préalablement introduite auprès de l'entreprise concernée;
- lorsque la plainte en question a été introduite depuis plus d'un an auprès de l'entreprise concernée;
- lorsque le traitement du litige entraverait gravement le fonctionnement effectif du Service de Médiation pour le Consommateur.

## 2.5 TRAITEMENT DE DOSSIERS

Chaque litige de consommation résiduaire dont la demande est complète et recevable est attribué, en fonction du rôle linguistique, à un gestionnaire de dossiers. Celui-ci met les parties en connaissance du résultat du règlement du litige endéans un délai de 90 jours calendrier à compter de la réception de la demande complète. L'élément crucial pour qu'une médiation soit réussie est la bonne collaboration des deux parties qui doivent toutes les deux être disposées à aboutir à une solution.

Dans des circonstances exceptionnelles, le délai de 90 jours peut être prolongé d'encore 90 jours une seule fois, à condition que les parties en soient informées avant l'expiration du premier délai et que cette prolongation soit motivée par la complexité du litige.

Un dossier peut être clôturé de trois manières:

- La médiation a été menée à bonne fin et un règlement à l'amiable est convenu.
- Le plaignant se retire et la médiation est terminée.
- Il n'y a pas de règlement à l'amiable qui est convenu.

Dans ce dernier cas, le Service de Médiation pour le Consommateur formulera presque toujours une recommandation. Des recommandations sont formulées tant à l'avantage du plaignant qu'à l'avantage de l'entreprise. Elles traduisent simplement l'opinion impartiale du SMC après un travail intensif effectué par celui-ci pour analyser et comprendre un dossier spécifique.

Lorsque l'entreprise concernée ne suit pas la recommandation, elle dispose d'un délai de trente jours calendrier pour notifier son point de vue motivé au Service de Médiation pour le Consommateur et au plaignant.



# 3

## STATISTIQUES

Le Service de Médiation pour le Consommateur a trois grandes missions : informer, transférer et assurer la médiation. Les collaborateurs du Front Office exercent les deux premières tâches tandis que les différents gestionnaires de dossiers se chargent de la médiation. Les chiffres qui suivent feront également cette distinction entre d'une part, les demandes d'information et le transfert de dossiers (3.2) et d'autre part, les dossiers qui concernent uniquement la médiation par nos gestionnaires de dossiers (3.1).

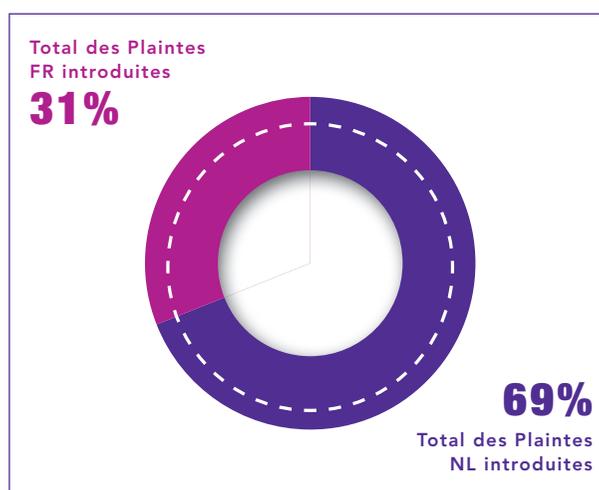
« LE SERVICE DE MÉDIATION  
POUR LE CONSOMMATEUR  
A TRAITÉ 7105 DOSSIERS EN 2016  
DONT 4342 RELEVAIENT  
DE SA SEULE COMPÉTENCE »

### 3.1 DOSSIERS INTRODUICTS POUR MÉDIATION

#### 3.1.1 Nombre total de dossiers introduits pour médiation auprès du Service de Médiation pour le Consommateur

Dossiers	Total
FR	2225
NL	4880
<b>Total</b>	<b>7105</b>

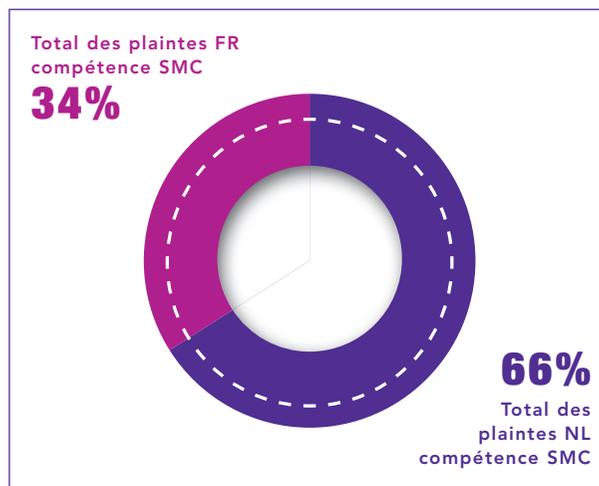
Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 7.105 dossiers en 2016. Une répartition par rôle linguistique montre que nous avons enregistré 4.880 dossiers (69 %) en néerlandais et 2.225 dossiers (31 %) en français. Proportionnellement, ces chiffres sont identiques à ceux de 2015.



#### 3.1.2 Nombre total de dossiers enregistrés relevant de la compétence du Service de Médiation pour le Consommateur

Dossiers	Total
FR	1462
NL	2880
<b>Total</b>	<b>4342</b>

En 2016, le SMC a réceptionné 4.342 dossiers relevant de sa seule compétence. La répartition linguistique est quasiment la même: les deux tiers (66 %) du côté néerlandophone et un tiers (34 %) du côté francophone.



### 3.1.3 Nombre total de dossiers enregistrés ne relevant pas de la compétence du SMC

Dossiers	Total
FR	763
NL	2000
<b>Total</b>	<b>2763</b>

En 2016, le SMC a également reçu 2.763 dossiers pour lesquels il n'était pas compétent. Le SMC est un guichet unique dont la raison d'être est de guider le consommateur et de l'informer de l'existence de mécanismes de règlement de litiges alternatifs. Le fait de recevoir beaucoup de dossiers pour lesquels nous ne sommes pas compétents n'est donc pas une mauvaise chose car cela signifie que nombre de consommateurs à la recherche d'un règlement extrajudiciaire de leur litige remarquent notre service dans le vaste monde des conseillers et médiateurs.

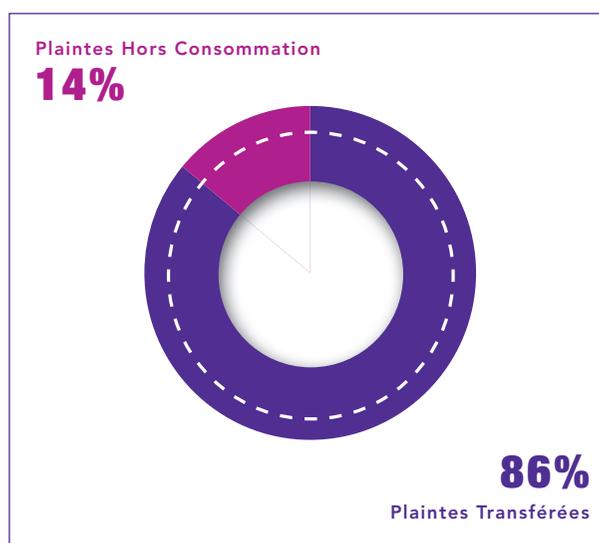
# 39%

dossiers pour lesquels le SMC n'est pas compétent

### 3.1.4 Plaintes ne relevant pas de la compétence du SMC

Dossiers pour lesquels le SMC n'est pas compétent	Total
Dossier transférés	2374
Autres	389
<b>Total</b>	<b>2763</b>

Une grande majorité (86 %) des plaintes ne relevant pas de la compétence du SMC a été transférée à une entité qualifiée ou à une autre instance compétente. Dans une minorité des cas (14 %), nous n'avons pas pu réorienter le consommateur de manière pointue, notamment lorsqu'il s'agit de cas où l'entreprise est établie en dehors de l'Union Européenne ou de cas qui ne concernent pas un litige de consommation mais un litige entre deux consommateurs (C2C). Dans de tels cas, le SMC tient à donner certains conseils et astuces et à se référer éventuellement à des autorités judiciaires (par ex. la procédure de médiation devant le juge de la paix dans le cas d'un litige C2C).

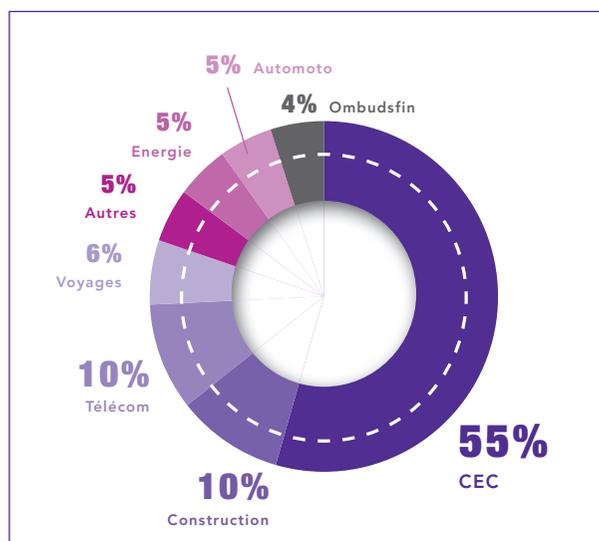


# 86%

des plaintes ne relevant pas de la compétence du SMC ont été transférées à une entité qualifiée

### 3.1.5 Détails des dossiers transférés

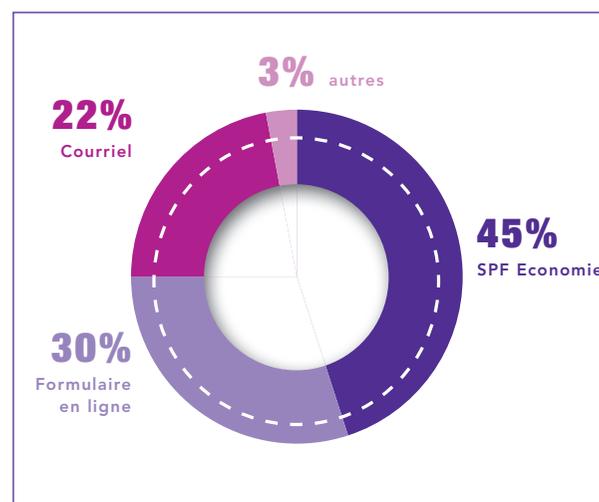
Dossiers transférés	Total
CEC	1316
Ombudsfm	91
Ombudsman Assurances	36
Télécom	241
Energie	115
Secteur Postal	34
Notariat	4
Construction	244
Voyages	141
Médiateur Fédéral	5
Médiateur Flamand	19
Médiateur Wallonie	9
Automoto	109
Avocat	8
<b>Total</b>	<b>2374</b>



Parmi les dossiers transférés, le nombre de dossiers transférés au Centre Européen pour le Consommateur (CEC) est considérable, à savoir 1.316 dossiers, ce qui représente plus de 55 % de tous les dossiers. Par ailleurs, des dossiers sont souvent transférés à la Commission de Conciliation Construction (244 dossiers), au Service de Médiation pour les Télécommunications (241 dossiers), la Commission de Litiges Voyages (141 dossiers), le Service de Médiation pour l'Energie (115 dossiers), la Commission de Conciliation Automoto (109 dossiers) et Ombudsfm (91 dossiers).

### 3.1.6 Mode de transmission des dossiers

Moyen de communication	Total
Website	2096
SPF Economie	3193
Lettre	137
Visite	39
E-mail	1551
Fax	39
Belmed	50
<b>Total</b>	<b>7105</b>



Les dossiers peuvent nous parvenir de multiples manières. La voie digitale reste toutefois la plus utilisée. En effet, des plaintes nous parviennent principalement via le SPF Economie (3.193 dossiers, soit 45 %), via notre formulaire en ligne (2.096 dossiers, soit 30 %) ou par courriel (1.551 dossiers, soit 22 %). Ensemble, ces plaintes représentent 97 % de tous les dossiers annoncés auprès du SMC en 2016.

### 3.1.7 Top 10 entreprises

ENTREPRISE	NOMBRE DE PLAINTES
MEDIA MARKT - SATURN BELGIUM	135
VANDEN BORRE (NEW-)	89
BRUSSELS AIRLINES	77
BASIC-FIT BELGIUM	67
KRĒFEL	61
ALDI	50
GROUPON	47
CARREFOUR NL/FR	41
MAKRO CASH & CARRY BELGIUM	34
FNAC BELGIUM	33

Cette statistique reprend les entreprises contre lesquelles le plus de dossiers ont été introduits en 2016.

Force est de constater que nous ne recevons pas une collaboration équivalente de toutes les entreprises. Chez certaines la collaboration est excellente mais chez d'autres elle est faible voire inexistante. Le chapitre suivant offre plus de détails concernant la collaboration des entreprises.

### 3.1.8 Classement par catégorie

Chiffres par catégorie	Total
Garantie	839
Produit/Service non-livré	511
Produit/service défectueux	327
Non-conformité	325
Facturation injustifiée	194
Résolution du contrat	181
Livraison partielle	142
Prestation partielle	
Facture incorrecte	103
Service clientèle	96
Autres problèmes avec la livraison	67

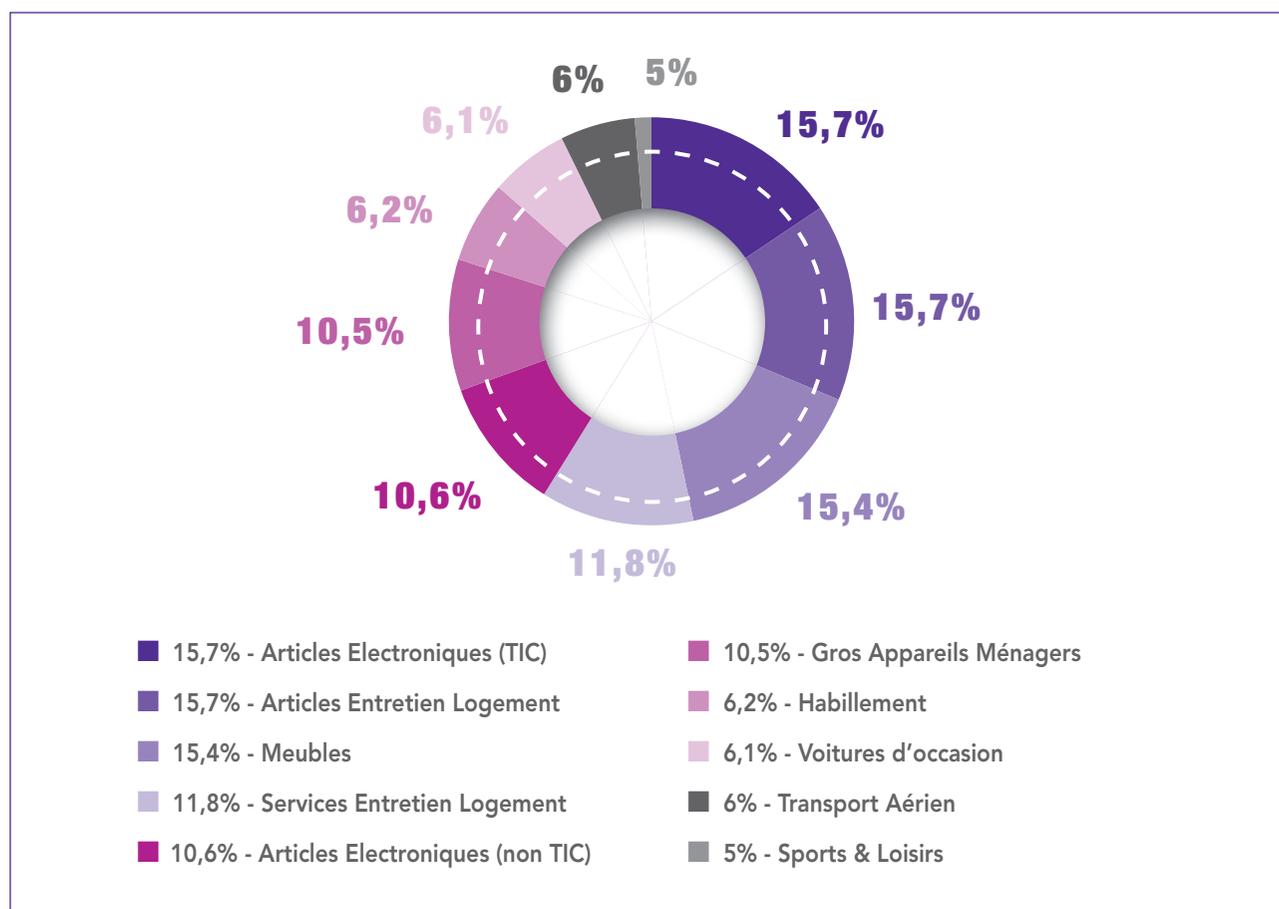
La répartition par catégorie suit le système recommandé par la Commission Européenne pour la classification de plaintes et demandes de consommateurs (cf. Recommandation de la Commission du 12 mai 2010 relative à l'utilisation d'une méthode harmonisée pour classer les réclamations et demandes des consommateurs et communiquer les données y afférentes – 2010/304/EU).

Pour la deuxième année consécutive, les réclamations les plus fréquentes portent sur les litiges concernant le respect de la garantie légale et commerciale. En effet, nous comptons pas moins de 839 plaintes à ce sujet. En deuxième place se trouvent les réclamations concernant des produits non livrés, avec 511 plaintes. En troisième place viennent les plaintes concernant des produits endommagés: 327 plaintes à ce sujet ont été introduites auprès du SMC en 2016.

## 3.1.9 Top 10 secteurs

Chiffres sectoriels	Total
Articles Electroniques (TIC)	390
Articles Entretien Logement	390
Meubles	384
Services Entretien Logement	305
Articles Electroniques (non TIC)	264
Gros Appareils Ménagers	260
Habillement	162
Voitures d'occasion	157
Transport Aérien	149
Sports & Loisirs	126

Les plaintes réceptionnées par le SMC couvrent plusieurs secteurs. C'est une conséquence logique des compétences attribuées au SMC, à savoir le traitement de litiges de consommation résiduaire. Pour la deuxième année de suite, le secteur des articles électroniques informatiques est le secteur qui apporte le plus de plaintes bien que le nombre de plaintes concernant des articles pour l'entretien du logement arrive à égalité en 2016, suivi de près par les plaintes concernant des meubles. Le top trois reste cependant le même que l'année précédente.



## 3.2 DOSSIERS TRAITÉS

### 3.2.1 Nombre total de dossiers recevables et clôturés

Dossiers recevables clôturés	Janv 2016	Féb 2016	Mars 2016	Avr 2016	Mai 2016	Juin 2016	Jull 2016	Août 2016	Sep 2016	Oct 2016	Nov 2016	Déc 2016	Total
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>257</b>	<b>241</b>	<b>206</b>	<b>174</b>	<b>166</b>	<b>231</b>	<b>262</b>	<b>191</b>	<b>210</b>	<b>133</b>	<b>299</b>	<b>2605</b>

En une année, le Service de Médiation pour le Consommateur a traité et clôturé 2.605 dossiers, ce qui revient à une moyenne de 217 dossiers par mois.

### 3.2.2 Dossiers non recevables

Motif de non-recevabilité	Total
Faillissement	64
Déjà traité par une autre entité	19
Procédure Judiciaire	51
Pas préalablement introduite auprès de l'entreprise	70
Faits de plus d'un an	8
Non-identifiable	61
Plainte incomplète	1231
<b>Total</b>	<b>1504</b>

Parmi toutes les plaintes introduites auprès du SMC, 1.504 étaient irrecevables. 1.231 dossiers (82 %) ont été clôturés parce qu'ils étaient incomplets. Le SMC traitant tous les dossiers résiduels et sans frais de surcroît, il s'ensuit que le seuil à franchir pour introduire un dossier est très bas pour le consommateur. Or, il arrive que certains consommateurs ne répondent même pas quand le Service de Médiation pour le Consommateur leur demande plus de précisions. Lorsqu'un dossier n'est pas complété dans les dix jours ouvrables, le SMC le clôture. Dans la pratique, les délais sont souvent plus longs et les dossiers ne sont clôturés effectivement qu'après un mois.

### 3.2.3 Temps moyen de traitement d'un dossier

En 2016, le temps moyen de traitement d'un dossier est de 38 jours, un chiffre qui est donc resté identique par rapport à l'année précédente.

### 3.2.4 Règlement à l'amiable

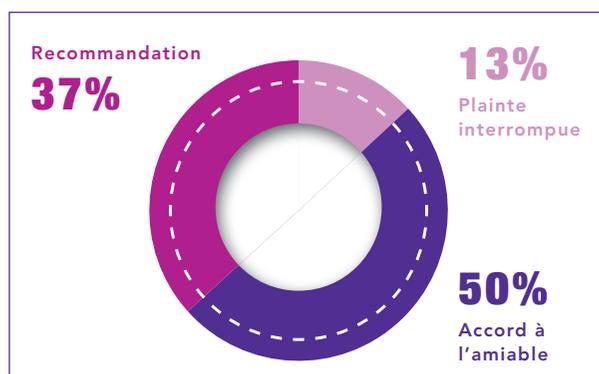
Parmi les 2.605 plaintes clôturées auprès du SMC, il y a eu un résultat positif pour toutes les parties concernées dans 1.307 dossiers. C'est un peu plus que la moitié et cela peut être considéré comme un bon résultat.

# 1307

**plaintes clôturées auprès du SMC,  
ont eu un résultat positif  
pour toutes les parties con-  
cernées**

### 3.3. DOSSIERS RECEVABLES CLÔTURÉS

Plaintes clôturées	Total	%
Accord à l'amiable	1307	50
Plainte interrompue	342	13
Recommandation	956	37
<b>Total</b>	<b>2605</b>	<b>100</b>



Le point 3.2.1 montrait déjà que le SMC a clôturé 2.605 dossiers recevables en 2016. Cette clôture peut se faire de trois manières différentes. Soit un règlement à l'amiable est obtenu entre le consommateur et l'entreprise (1.307 dossiers ou 50 %), soit la plainte est interrompue (c'était le cas pour 342 dossiers, soit 13 % des cas), soit une recommandation est formulée lorsque la conciliation s'avère impossible (956 dossiers ou 37 %). Cette recommandation peut être adressée tant au consommateur qu'à l'entreprise.

### 3.4. RÉPONSE DE LA FIRME À LA RECOMMANDATION

Statut	Total	%
Suivie par la firme	138	14,4
Partiellement suivie	34	3,6
Pas suivie	193	20,2
Pas de réponse	591	61,8
<b>Total</b>	<b>956</b>	<b>100</b>

Lors de l'analyse des réactions des entreprises aux recommandations du SMC, nous constatons qu'une grande majorité d'entre elles (61.8%) n'y ont pas répondu. Si nous ajoutons à cela les entreprises qui n'ont pas suivi la recommandation (20.2%), le pourcentage total des entreprises n'ayant pas voulu collaborer de manière constructive atteint 82%.

### 3.5. NOMBRE DE DEMANDES D'INFORMATION ÉCRITES

Demandes d'information	Total
FR	70
NL	104
<b>Total</b>	<b>174</b>

**50,2%**  
des dossiers sont clôturés  
avec un règlement à l'amiable  
entre le consommateur  
et l'entreprise

En 2016, le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 174 demandes d'information. Ces questions portent sur des sujets très différents. Il s'agissait tant de questions relatives au règlement extrajudiciaire de litiges en général que de questions spécifiques concernant le droit de la consommation. Le SMC a également répondu à des questions concernant des escroqueries et des fraudes. Le SMC tient à fournir les meilleures informations possibles tant au consommateur qu'à l'entreprise.



« LES DOSSIERS LES PLUS FRÉQUENTS EN 2016 CONCERNENT LA GARANTIE. EN EFFET, PAS MOINS DE 839 DES DOSSIERS TRAITÉS PAR LE SMC PORTAIENT SUR LA GARANTIE LÉGALE OU COMMERCIALE. »

# 4

## PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES

### 4.1 PROBLÈMES AVEC LA GARANTIE

#### 4.1.1 Exemples

##### 4.1.1.1 Exemple 1

Monsieur C. a reçu une tablette en cadeau. Au cours de la sixième utilisation de l'appareil, celui-ci refuse déjà de démarrer. Monsieur C. le ramène au service après-vente du magasin où la tablette a été achetée. Ils y réparent l'appareil mais quelques jours plus tard, la tablette fait de nouveau défaut. Monsieur C. est très déçu et demande, lors de son deuxième retour, qu'on lui rembourse le prix d'achat de la tablette. Cependant, l'entreprise refuse de lui rembourser ce montant et Monsieur C. décide de faire appel au Service de Médiation pour le Consommateur.

Le SMC pouvait comprendre les deux points de vue et a par conséquent tenté de les concilier. D'une part, il était compréhensible que le consommateur n'ait pas voulu retourner une deuxième fois au magasin

pour demander la réparation du même appareil. Mais d'autre part, il était aussi logique que l'entreprise ait souhaité faire une deuxième révision. Le SMC a obtenu la garantie de l'entreprise qu'ils offriraient sans délai un nouvel appareil au consommateur s'il s'avérait après une dernière réparation que la défaillance persiste. Le consommateur a accepté cette offre.

#### 4.1.1.2 Exemple 2

Monsieur D. achète un modèle de showroom d'une cabine hammam qu'il installe lui-même à la maison. Lors de l'utilisation, il constate cependant que la cabine ne fonctionne pas toujours bien. Il appelle l'entreprise pour qu'elle vienne faire une réparation. Les techniciens de l'entreprise passent deux fois à son domicile pour inspecter la cabine mais peuvent uniquement constater que le dysfonctionnement est dû à une installation fautive par le consommateur. Ils effectuent un petit entretien dont les heures de travail et les frais de déplacement sont facturés. Le consommateur refuse de payer cette facture et fait appel au SMC. Les deux parties communiquent entre elles mais maintiennent toutes les deux leur point de vue initial.

Le SMC fait remarquer aux deux parties que la garantie légale s'applique bien à une mauvaise installation mais uniquement dans le cas où c'est le vendeur qui a fait les travaux d'installation et que ceux-ci font partie du contrat ou, si l'installation est faite par le consommateur, lorsque la mauvaise installation résulte d'une faute dans le manuel de montage. Or, aucun de ces deux cas n'est d'application en l'espèce car la mauvaise installation est due à la faute du consommateur. La facturation faite par l'entreprise est par conséquent justifiée.

#### 4.1.1.3 Exemple 3

Pour pouvoir récupérer son smartphone défectueux, Mme P. est mise devant un fait accompli. Soit elle accepte la réparation du smartphone par l'entreprise à un prix de 94 euros, soit elle reprend son téléphone mobile dans l'état où il était au moment où elle l'a remis au service de réparation et paie les 36 euros pour la révision. Si Mme P. refuse de payer, son téléphone ne lui sera pas rendu.

Or, déjà trois mois après l'achat, l'appareil qui avait coûté 199 euros présentait plusieurs défaillances rendant son utilisation impossible. Mme P. estimait à juste titre qu'elle pouvait faire valoir la garantie légale.

Cependant, les deux parties restaient sur leur position initiale et faute de réaction des deux parties par la suite, le SMC n'a pas pu constater quel était le résultat final de sa tentative de conciliation.

#### 4.1.1.3 Exemple 4

La plainte de Monsieur T. concerne un défaut affectant un hoverboard qui s'est manifesté trois mois après la date d'achat. Après examen, le vendeur constate de l'oxydation. Il propose de remplacer la pièce affectée contre le paiement de 100 euros. Le consommateur conteste le fait qu'il s'agisse d'oxydation et n'accepte pas la proposition du vendeur. Il estime par contre que le vendeur doit réparer l'appareil sans frais ou le remplacer en application de la garantie légale.

Le SMC est également d'avis que la législation concernant la garantie légale est d'application et que, par ailleurs, il y a renversement de la charge de la preuve du fait que le défaut s'est manifesté dans les six premiers mois de la livraison. De plus, nous estimons que l'oxydation doit être considérée comme un manque de conformité avec le contrat et que, par conséquent, le produit doit être réparé, remplacé ou remboursé en application de la garantie légale.

Un hoverboard est un moyen de déplacement motorisé ayant une vitesse maximale de 18 km/h et avec lequel on peut rouler sur la voie publique, toutefois limitée aux pistes cyclables. Quand on roule à une vitesse de marche, on peut également utiliser les trottoirs.

Compte tenu de ce qui précède, nous estimons que le consommateur pense à juste titre que le produit peut être utilisé dans différentes conditions climatiques, sans exclusion des sous-sols mouillés ou humides. Le constat d'oxydation ne signifie donc pas que la garantie légale n'est pas d'application.

Cependant, l'entreprise maintenait sa position et le SMC ne pouvait rien faire de plus que d'envoyer sa recommandation dans laquelle il expliquait encore une fois son point de vue.



### 4.1.2 Commentaires

Les dossiers concernant la garantie ont la cote en 2016 également. En effet, pas moins de 839 des dossiers traités par le SMC portaient sur la garantie légale ou commerciale. En outre, les exemples cités ci-dessus démontrent que les types de produit pouvant faire l'objet d'un litige sont très variés.

La législation belge est très claire: la durée de la garantie légale pour des biens de consommation est de deux années. Concrètement, en tant que consommateur, vous disposez donc d'une période de garantie de deux ans pendant laquelle l'entreprise doit réparer ou remplacer votre achat sans frais. En outre, si le défaut apparaît dans les six premiers mois de la délivrance, il est présumé exister au moment de l'achat du produit. Toutefois, si la preuve peut être apportée que la défaillance provient d'une mauvaise utilisation par le consommateur, le droit à la réparation ou au remplacement sans frais n'est plus valable.

Cependant, il y a encore beaucoup de méconnaissance au sujet de la garantie. On constate par exemple encore souvent que ni le consommateur ni les entreprises ne connaissent la portée de la règle de l'antériorité et que les parties confondent encore trop souvent la garantie légale avec la garantie commerciale.

Nous avons également reçu des dossiers dans lesquels le droit à la garantie est nié aux consommateurs sur base de rapports de réparation ou d'expertise qui manquent de clarté, par exemple concernant des dommages de chute ou d'oxydation. Une mauvaise utilisation du produit par le consommateur est difficile à contredire par celui-ci. Comment prouver en tant que consommateur par exemple qu'un appareil électrique n'a pas été exposé à l'eau? Certaines entreprises restent trop vagues dans leurs rapports et n'offrent pas assez d'opportunités au consommateur de réfuter les arguments.

Des réparations effectuées sous garantie génèrent également des plaintes. Lorsque des consommateurs de bonne foi ramènent leurs produits défectueux au magasin pour les faire réparer, ils sont souvent peu après confrontés à des coûts inattendus. Comme c'était le cas dans l'exemple précité, les consommateurs doivent parfois payer pour pouvoir récupérer leurs produits, ce qui va à l'encontre des dispositions légales.

Lorsqu'un achat date d'il y a moins de six mois, aucun coût ne peut être facturé pour la réparation du produit, à moins que le vendeur puisse prouver que le problème est dû à la mauvaise utilisation du bien. Le fournisseur ne peut pas non plus facturer des coûts si le consommateur démontre, même après les six premiers mois, que le défaut existait déjà au moment de la livraison et si le vendeur fait faire une contre-expertise qui ne prouve pas le contraire.

Le vendeur peut éventuellement facturer des coûts lorsque l'achat date d'il y a plus de six mois et que le consommateur ramène le produit sans parler d'un manquement qui aurait existé au moment de la livraison. Dans ce cas, le vendeur doit cependant informer le consommateur au préalable et de manière claire et compréhensible des coûts qui seront facturés.

### 4.1.3 Points d'attention pour les entreprises

Malgré la législation claire, le SMC demande également de l'attention pour la transparence lors de son application. Pour commencer, les notions de dommages causés par une chute, par la pression et par l'eau doivent être définies strictement dans les conditions générales et appliquées correctement.

Ensuite, les rapports d'expertise doivent être compréhensibles et accessibles pour le consommateur. Il doit également être clair qui fait le rapport d'expertise. Pour conclure, l'obligation d'information précontractuelle concernant le prix et autres aspects éventuels de l'expertise et de la réparation doit également être communiquée clairement au consommateur.

Il est dans l'intérêt de l'économie belge en général et des parties prenantes en particulier que la règle de la garantie légale soit respectée le mieux possible.

#### 4.1.4 Points d'attention pour le consommateur

Dans le circuit économique, le consommateur est considéré comme la partie faible et est par conséquent protégé par une série de règles. La garantie légale offre quelques atouts que le consommateur ne peut pas négliger d'utiliser:

- L'application de la garantie est à charge du vendeur et non pas du distributeur ou du fabricant.
- La garantie s'applique au bien et non pas à l'acheteur du bien.
- Invoquer les règles de la garantie légale est sans frais.

Le consommateur doit lui aussi respecter quelques règles empiriques:

- Il n'y a pas de nouveau terme de garantie de deux ans qui prend cours après une réparation ou un remplacement sous garantie. La durée de la garantie n'est pas sans fin.
- Une hiérarchie s'applique dans les mesures de réparation. D'abord vient la réparation ou le remplacement et c'est seulement lorsque ces options sont impossibles, hors proportion ou non réalisables dans un délai raisonnable et sans grave surcharge pour le consommateur, que ce dernier pourra exiger une réduction du prix ou la résiliation du contrat d'achat.
- La preuve peut être livrée par tous les moyens mais plus le dossier est étayé plus il est simple à traiter.

## 4.2 PAIEMENTS ET FACTURES INJUSTIFIÉS

### 4.2.1 Exemples

#### 4.2.1.1 Exemple 1

Madame et Monsieur W. veulent faire des rénovations et vont acheter des fenêtres. Ils paient un acompte de pas moins de 4.534 euros. Une fois leur commande effectuée, le couple n'entend plus rien de la firme et ne voit pas arriver les fenêtres promises et payées. Ils font appel au SMC mais l'entreprise ne réagit pas non plus à nos questions.

Cet exemple court illustre un problème souvent rencontré : le refus d'une entreprise de collaborer à un processus de médiation.

Souvent, nous savons déjà à l'avance que la collaboration de l'entreprise en question sera inexistante et que nous nous battons pour une cause perdue. Dans nombre de ces cas, les acomptes payés par le consommateur sont incroyables.

#### 4.2.1.2 Exemple 2

Monsieur P. a fait appel à un constructeur pour démolir sa véranda et faire encore quelques autres travaux. Selon le consommateur, la facture n'est pas conforme aux arrangements convenus: le tarif horaire facturé est plus élevé que prévu, le salaire horaire de l'apprenti est de 45 euros/h tandis qu'on avait convenu de facturer 10 euros par heure et la facture contient de faux calculs. Monsieur P. conteste la facture et ne veut pas payer ce qui est facturé de trop. Il fait appel au SMC pour obtenir de l'aide.

Au début, les deux parties maintiennent leurs points de vue et la médiation est difficile. Tant le consommateur que l'entreprise s'en tiennent à leurs propres calculs et peuvent se justifier avec des preuves écrites. Le SMC n'arrive pas à les concilier et clôture le dossier en faisant une recommandation. Plus tard, l'entreprise fait savoir qu'elle n'est pas d'accord avec notre recommandation mais qu'elle accepte quand même de faire un petit remboursement.



#### 4.2.2 Commentaires

Les plaintes auprès du Service de Médiation pour le Consommateur concernant des factures injustifiées et des problèmes avec des acomptes se retrouvent principalement dans le secteur de la construction. Plus de 300 dossiers clôturés en 2016 portaient sur des services relatifs à l'entretien et la réparation du logement. Malgré le fait que les entreprises sont légalement obligées de collaborer à une médiation avec le Service de Médiation pour le Consommateur, nous constatons que différentes entreprises ne répondent pas à nos questions.

#### 4.2.3 Points d'attention pour l'entreprise

Le SMC insiste fortement sur la nécessité d'avoir de la transparence, tant dans la phase précontractuelle que contractuelle. Il est très important que le consommateur sache avec qui et à quelles conditions il conclura un contrat. Tant le prix que toutes les autres informations qui sont importantes et pertinentes pour le consommateur doivent lui être communiqués au préalable et de manière compréhensible. Si l'entreprise ne stipule rien de spécial à ce sujet, l'offre qu'elle établit doit être gratuite.

Ensuite, le SMC souligne l'importance d'acomptes raisonnables. Nous comprenons bien que des acomptes soient demandés lorsqu'il s'agit de travaux d'une ampleur considérable ou sur mesure ou lorsque des matériaux très spécifiques sont utilisés, ou encore lorsque l'exécution ne pourra être entamée que beaucoup plus tard.

Néanmoins, nous estimons que les entreprises doivent également donner des garanties en particulier lorsque des acomptes importants sont en jeu, que les travaux seront effectivement effectués ou qu'une partie de l'acompte sera bloquée tant que les travaux n'auront pas débuté. Cela pourrait stimuler la confiance dans le secteur.

#### 4.2.4 Points d'attention pour les consommateurs

Les consommateurs doivent s'informer de manière approfondie et comparer différents prix. Il leur est conseillé de demander que toute belle promesse soit confirmée par un écrit, par exemple un courriel. En cas de litige, ils pourront alors toujours s'appuyer sur un écrit. Un peu de recherche concernant l'entreprise n'est pas superflue non plus. Que disent d'autres consommateurs? L'entreprise existe-t-elle effectivement selon la Banque-Carrefour des Entreprises? Le site internet inspire-t-il de la confiance? Toutes les coordonnées sont-elles faciles à retrouver?

En général, les offres sont gratuites, sauf s'il en est convenu autrement. L'entreprise peut toujours facturer des frais dans l'hypothèse où elle a fait plus que simplement établir une offre. Elle aurait par exemple pu fournir des conseils techniques ou de l'assistance juridique. Dans ce cas, elle peut imputer des frais au client mais elle doit toujours les communiquer clairement au préalable à ce dernier. En aucun cas, un consommateur ne peut être confronté à des frais cachés.

Le SMC conseille aux consommateurs d'être prudents avec les acomptes. Les parties sont libres de fixer entre elles le montant de l'acompte: optez donc pour un montant proportionné par rapport aux travaux ou aux services à prester et demandez éventuellement des garanties supplémentaires.

## 4.3 LITIGES AU SUJET DE MEUBLES

### 4.3.1 Exemples

#### 4.3.1.1 Exemple 1

En 2012, Madame N. achète un salon en cuir. En 2014, le cuir commence (déjà) à se craqueler et à se décolorer. L'entreprise vient sur place chez le consommateur pour réparer les problèmes de décoloration. Cette réparation est faite sous la garantie légale. Peu de temps après, les mêmes problèmes se manifestent à nouveau. L'entreprise envoie un expert sur place qui traite le problème mais qui envoie une facture de 145 euros pour ce travail, considérant que la dernière réparation a été effectuée en dehors de la durée de la garantie légale de deux ans. Mme N. paie cette facture, mais se pose des questions quant à la méthode de travail de l'entreprise et contacte nos services.

Le SMC ne réussit pas à concilier les parties car elles restent toutes les deux sur leur position initiale. Le SMC est pourtant d'avis que, même si la garantie légale de deux années était expirée, le consommateur aurait pu invoquer la théorie des vices cachés.

#### 4.3.1.2 Exemple 2

En 2016, M. et Mme L. achètent un nouveau set de meubles pour leur nouveau logement. Lors de la livraison, il s'avère que plusieurs meubles sont endommagés. Après la visite d'un expert, il leur est proposé une seule nouvelle pièce mais le couple doit tout redémonter et préparer pour la collecte. Les autres pièces endommagées ne seraient pas remplacées. Les consommateurs ne sont pas d'accord avec cette proposition et font appel au SMC.

Celui-ci est d'avis que tous les biens endommagés relèvent de la garantie légale et qu'ils doivent donc tous être réparés ou remplacés. Il prend contact avec les deux parties et finalement l'entreprise accepte de réparer les biens sans frais.

### 4.3.2 Commentaires

En 2016, le SMC a reçu 384 plaintes concernant des meubles. L'analyse des dossiers concernant des problèmes liés à la facturation, la livraison ou la garantie se passe bien. Dans ces cas, nos gestionnaires de dossiers utilisent le Code de Droit Economique et le Code Civil, les conditions générales de l'entreprise et des accords écrits entre le consommateur et l'entreprise.

La situation est complètement différente lorsque le litige est purement technique. Souvent, le vendeur reproche au consommateur d'avoir mal utilisé le bien tandis que le consommateur affirme qu'il n'a rien fait de mal. Ce sont des propos difficiles à prouver. Par ailleurs, les gestionnaires de dossiers n'ont pas d'expertise technique.

La loi prévoit bien que le SMC peut se faire assister par des experts mais ce n'est pas si simple. Pour commencer, les services du SMC sont gratuits tandis que les experts sont toujours payants. Les parties doivent donc consentir à la désignation d'un expert et doivent aussi être prêtes à payer celui-ci. D'autre part, l'intervention d'un expert est souvent la seule façon de sortir de l'impasse et débloquer un dossier. En outre, l'appel à un expert prend beaucoup de temps et des experts qui sont prêts à traiter un dossier du SMC ne sont pas toujours faciles à trouver. Cela met en cause les valeurs fondamentales du SMC, qui sont la rapidité, la gratuité et l'accessibilité.

Il arrive donc que le SMC conseille les parties de faire elles-mêmes appel à un expert et d'accepter le rapport de celui-ci comme décision arbitraire.



### 4.3.2 Points d'attention pour les entreprises

La collaboration d'entreprises fait parfois défaut lors de la médiation par le SMC. Cette collaboration est cependant obligatoire selon la loi. Nous plaidons donc pour que tous les vendeurs de meubles soient ouverts à la médiation et collaborent avec nous en toute transparence. Pour promouvoir une telle attitude, le SMC recommande que les entreprises aident à élaborer des rapports d'expertise quand nous faisons appel à des experts externes. Cela promeut l'analyse objective et la transparence de la médiation.

### 4.3.3 Points d'attention pour les consommateurs

Il est recommandé aux consommateurs de contrôler toutes les spécifications techniques qui figurent sur le bon de commande au moment de leur achat. Cela éviterait les discussions ou malentendus par la suite et permettrait de traiter les plaintes de manière plus ciblée.

Dans certains cas, des entreprises proposent une garantie commerciale sur certaines parties de la commande, en sus de la garantie légale. Dans un tel cas, il importe de spécifier clairement quelles parties et quels travaux de réparation relèvent de cette garantie commerciale. Pensons notamment à une garantie commerciale pour le remplacement de la housse en cuir d'un fauteuil. Il peut s'avérer plus tard que le rembourrage ne relève pas de cette garantie et le consommateur peut alors se voir confronté à pas mal d'autres frais nettement plus importants que ceux de la housse.

## 4.4 PROBLÈMES AVEC DES COMPAGNIES AÉRIENNES

### 4.4.1 Exemples

#### 4.4.1.1 Exemple 1

Monsieur F. a réservé des tickets pour un vol aller/retour pour deux personnes de Bruxelles à Manchester. Le vol pour aller à Manchester s'est passé comme prévu mais le vol de retour a été annulé. Monsieur F. a dû apprendre cette information via le site internet, sans aucune notification personnelle. Vu qu'il n'y avait pas d'offre alternative pour un vol de retour, le plaignant a dès lors dû organiser son retour lui-même. Par la suite, il y a bien eu un remboursement partiel d'un ticket mais Monsieur F. souhaitait le remboursement de tous les frais occasionnés pour son retour et a donc fait appel à nos services.

Le SMC estime que l'Ordonnance UE 261/2004 est d'application en l'espèce. Cette Ordonnance stipule que la compagnie aérienne qui organise le vol doit, en cas d'annulation d'un vol, offrir de l'assistance aux passagers concernés.

Cette assistance concerne un choix pour les passagers entre 1) un remboursement intégral des tickets, dans les sept jours ou un vol retour au premier point de départ à la première occasion; 2) un autre vol vers la destination finale à des conditions de transport comparables à la première occasion; ou 3) un autre vol vers la destination finale sous des conditions de transport comparables à une date ultérieure au choix, s'il y a des places disponibles.

En l'occurrence, le plaignant a seulement reçu un remboursement partiel d'un ticket et n'a pas pu opter pour l'une des trois solutions, ce qui constitue une infraction claire à l'Ordonnance 261/2004.

En outre, la compagnie aérienne est obligée de payer une compensation à moins que l'annulation ait été notifiée aux passagers et qu'un autre vol leur a été proposé. Par conséquent, le SMC considère que le plaignant a droit à une compensation de 250 euros en application de l'Ordonnance.

Cependant, nous n'avons obtenu aucune collaboration et notre recommandation est également restée sans réponse.

#### 4.4.1.2 Exemple 2

Mademoiselle M. était partie avec ses amis pour un circuit touristique à Montenegro. Cependant, ses bagages n'y sont jamais arrivés. Pendant cinq jours, elle a été renvoyée d'un service à un autre et en fin de compte il s'est avéré qu'une faute lors de la labellisation de ses valises à Bruxelles était à l'origine du problème. Le sixième jour, Mlle M. a pu récupérer ses bagages à un autre aéroport. A son retour, la consommatrice souhaite recevoir une compensation mais ne reçoit aucun accueil positif nulle part. Elle fait appel au SMC.

Le SMC envoie une recommandation demandant à la compagnie de respecter les règles en vigueur et d'indemniser le consommateur. Quelque temps après, nous recevons un message la compagnie dans lequel la compagnie promet de suivre notre recommandation.

#### 4.4.2 Commentaires

En 2016, le SMC a reçu près de 150 plaintes contre des compagnies aériennes. Si la réglementation est assez simple et claire, diverses compagnies aériennes refusent souvent de collaborer. Pourtant, nous estimons qu'une attitude constructive permet de toujours aboutir à de bons résultats.

La présence de différentes instances à laquelle le consommateur peut faire appel, complique le paysage. Pour commencer, il y a le Service de Médiation pour le Consommateur qui fait de la médiation sans frais lors de litiges de consommation. Ensuite, il y a la Commission de Litiges Voyages qui intervient dans des litiges concernant le déroulement d'un voyage organisé par un médiateur et/ou organisateur de voyages, pour autant que les conditions générales de la Commission de Litiges Voyages s'appliquent. Il y a également le SPF Mobilité qui traite des plaintes lors du non-respect des droits des passagers définis dans les ordonnances européennes. Et pour conclure, il y a le Centre Européen pour le Consommateur qui

est compétent pour les litiges transfrontaliers. Dans un secteur très international comme celui des compagnies aériennes, ce dernier est un acteur qui est loin d'être insignifiant.

#### 4.4.3 Points d'attention pour les entreprises

Les gens aiment voyager et le font régulièrement. Or, le choix d'une compagnie aérienne est souvent un choix du prix le plus bas. Cela peut avoir de graves conséquences en cas de problème. C'est la raison pour laquelle les consommateurs sont bien protégés, aussi bien par la réglementation internationale et européenne que nationale. En cas de problèmes, si les deux parties n'arrivent pas à régler leur litige de commun accord, le consommateur doit pouvoir se tourner vers une instance externe.

Le SMC demande donc à toutes les compagnies aériennes qu'elles offrent leur entière collaboration à tout moment. Pour les consommateurs, un vol retardé ou la perte de bagages risque de ruiner un voyage souvent longtemps attendu. Pour tempérer la déception, un règlement rapide et à l'amiable de leur dossier est requis. La réglementation est claire et doit être respectée par toutes les parties concernées. Résoudre un litige n'est donc pas tellement une question de résoudre des contradictions juridiques mais bien de pouvoir compter sur la collaboration bienveillante des deux parties.

Le SMC fait des efforts pour rassembler les différents organes extrajudiciaires actifs dans le secteur et pour organiser une concertation afin de clarifier, pour toutes les parties prenantes, qui se charge de quelles tâches. Ce faisant, nous essayons d'aider encore mieux le consommateur.



#### 4.4.4 Points d'attention pour les consommateurs

Les passagers sont normalement bien protégés. Néanmoins, il importe qu'ils soient bien au courant de leurs droits et obligations.

Les consommateurs sont également tenus de s'informer au préalable des documents dont ils ont besoin pour voyager, des heures de départ, des temps d'attente, des consignes éventuelles aux voyageurs, des vaccinations nécessaires, etc.

Pour conclure, il est toujours à conseiller de disposer autant que possible d'informations concernant le vol sur des supports papier. Au moment où cela tourne mal, le dossier papier est toujours utile pour prouver et justifier la position du consommateur.

### 4.5 AUTRES CATÉGORIES

Il y a encore d'autres catégories ébranlées par de multiples litiges et pour lesquels une tentative de médiation est entamée avec succès ou pas.

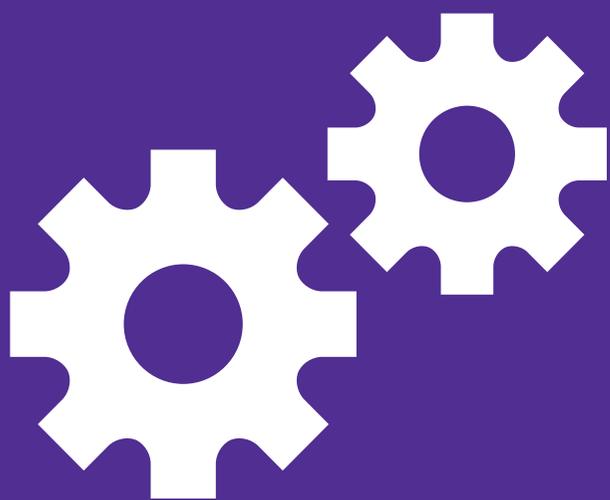
- Il y a par exemple les centres de fitness qui posent régulièrement problème (126 dossiers) malgré leur code de conduite sectoriel. Dans la plupart des cas, les plaintes reçues par le SMC concernent des difficultés lors de la résiliation du contrat et des factures non justifiées qui leur sont adressées alors que le consommateur estimait déjà avoir mis fin au contrat.
- Le secteur des voitures d'occasion reste également délicat (157 dossiers). La plainte la plus fréquente porte sur la manifestation d'un défaut de la voiture endéans la période de garantie. Le plus souvent, le garage refuse de réparer le défaut sans frais et le consommateur conteste la facture qui lui est soumise postérieurement. La médiation dans de tels dossiers est d'autant plus difficile qu'il s'agit très souvent de dossiers techniques pour le traitement desquels nos gestionnaires de dossiers manquent de connaissance.

- Une autre catégorie problématique est et reste le secteur des crèches et des garderies (50 dossiers). Dans la plupart des cas, il s'agit de litiges purement contractuels portant sur la résiliation du contrat. Des jeunes parents perdent par exemple l'acompte payé longtemps à l'avance pour inscrire leur bébé (souvent pas encore né) chez telle ou telle crèche lorsqu'ils veulent annuler cette place réservée. Par ailleurs, il y a souvent une dimension émotionnelle à ces dossiers par le simple fait qu'ils portent sur l'accueil de petits bébés et bambins.
- Dans cette matière délicate, la confiance se perd souvent plus rapidement, ce qui amène parfois les parties à résilier le contrat sans bien réfléchir et sans tenir compte des modalités de résiliation.

De plus, se pose le problème de savoir si le SMC est bien compétent dans cette catégorie étant donné que plusieurs domaines de compétence et diverses réglementations s'y appliquent. En effet, il s'agit d'une part d'une matière régionalisée pour laquelle les services de médiation régionaux sont compétents et d'autre part, il peut également s'agir d'un litige purement contractuel entre une entreprise et un consommateur et dans ce cas-là, le SMC est bien compétent.

Est également remarquable la différence importante au niveau du rôle linguistique : 46 plaintes sont néerlandophones et seulement 4 sont francophones. Les diverses instances régionales assurant le contrôle des crèches et garderies appliquent une politique différente, ce qui fait que les consommateurs flamands sont plus rapidement renvoyés au Service de Médiation pour le Consommateur.





« NOUS RECOMMANDONS AUX SECTEURS CONCERNÉS DE CRÉER UNE ENTITÉ QUI COUVRE LE SECTEUR ENTIER. CE SERAIT BÉNÉFIQUE POUR LA MÉDIATION ET, IN FINE, AUSSI POUR LA CONFIANCE DU CONSOMMATEUR DANS LE SECTEUR. »

# 5

## POINTS D'ATTENTION

Au moment de la publication de son deuxième rapport annuel, le Service de Médiation pour le Consommateur existe depuis un peu plus de deux ans. En une année, le SMC a réussi à attirer plus de 7.000 dossiers à traiter. Le SMC a réussi à clôturer de nombreux dossiers par un règlement à l'amiable en 2016 grâce à la rapidité de ses interventions, son caractère accessible et la gratuité de ses services.

Les compétences du SMC sont définies clairement dans le livre XVI du Code de droit économique. Le SMC doit tout d'abord informer les consommateurs et les entreprises particulièrement de l'existence du règlement extrajudiciaire de litiges. Ensuite, nous transférons dans les plus brefs délais au service concerné chaque dossier qui a trait à un litige de consommation pour lequel une entité qualifiée est compétente. Enfin, nous pouvons traiter les dossiers nous-mêmes et entamer une médiation lorsqu'aucune entité qualifiée n'est compétente.

Après deux ans, nous avons une vue claire sur les obstacles et lacunes mettant un frein au développement de notre service. Selon nous, les différentes parties prenantes ont la responsabilité partagée de rendre le SMC encore plus pertinent.

## 5.1 PERCEPTION ET COLLABORATION

Le SMC est un service public autonome qui prend à cœur toutes les normes de la médiation: l'indépendance, l'impartialité et la transparence. Lorsqu'un dossier est attribué à un gestionnaire de dossiers, il est étudié dans les détails et le cas échéant, discuté avec des collègues et le manager opérationnel. Les deux parties sont contactées pour qu'elles puissent donner leur avis sur le dossier et justifier leurs affirmations par tous les moyens de droit. Tous les différents arguments sont pris en compte et les parties sont à tout moment tenues au courant du point de vue de la partie adverse.

Nous constatons cependant que certaines entreprises refusent de collaborer. Les entreprises qui ont cette attitude sont nombreuses, tant parmi les grandes multinationales que parmi les petits indépendants.

Cette attitude est incorrecte et injuste. Tout d'abord, le Service de Médiation pour le Consommateur n'est pas l'avocat du consommateur car il répond, en tant qu'entité qualifiée reconnue, à toutes les conditions telles qu'énumérées dans la loi et dans l'arrêté royal:

- Indépendant
- Impartial
- Expert
- Transparent
- Accessible
- A la portée de tous
- Equitable

Toute perception de partialité dans le chef de notre service est injustifiée et cette perception doit être attaquée à la racine. Une campagne de présentation de notre service auprès d'entreprises pourrait contribuer à l'élimination de cette fausse idée fixe.

Une médiation réussie n'est possible qu'avec la collaboration constructive des différentes parties. Il est essentiel que les deux parties soient, au préalable ou dès le début, motivées pour aboutir à une solution et, le cas échéant, prêtes à faire des compromis pour y parvenir. Un règlement extrajudiciaire de litige qui fonctionne bien est avantageux tant pour le consommateur que pour l'entreprise et, par extension, pour toute l'économie belge. Un service rapide, accessible et gratuit permet en effet souvent d'éliminer des petites frustrations, ce qui améliorera toujours la confiance entre les parties.

Cependant, une recommandation doit aussi être faite au consommateur. En effet, celui-ci s'attend très souvent à ce que nous ne fassions que défendre ses intérêts et que le fait de nous impliquer dans le litige lui fera gagner une compensation pour tout préjudice qu'il est supposé avoir subi. Cette perception est également incorrecte. Etant indépendants et impartiaux, nous tentons de réconcilier deux parties, sans servir aveuglément les intérêts du consommateur.

## 5.2 EXPERTISE

Le SMC ne peut pas être expert dans chaque domaine où des litiges de consommation se présentent. Si nous prenons en charge les litiges résiduels, c.-à-d. les litiges pour lesquels il n'existe pas d'entité qualifiée, nos connaissances restent toutefois plus générales que spécifiques. Il arrive que les deux parties maintiennent leur position initiale et qu'il soit impossible pour nous de décider laquelle des deux est en tort. Il s'agit ici souvent de matières techniques ou seuls des experts peuvent se prononcer.

Bien que le livre XVI CDE permet au Service de Médiation pour le Consommateur de se faire assister par des experts, cette possibilité n'est utilisée que rarement dans la pratique. Nous ne disposons pas



d'un budget pour faire intervenir des experts contre paiement. De plus, nous craignons qu'il soit impossible de respecter le délai de 90 jours, ce qui mettrait en cause les conditions légales du livre XVI.

Le cas échéant, nous conseillons dans une recommandation aux parties de faire quand même encore appel à un expert et d'accepter et respecter le rapport d'expertise de celui-ci. Ainsi, nous espérons que les parties pourront être dirigées vers un règlement extrajudiciaire du litige.

### 5.3 COMPÉTENCES DES ENTITÉS QUALIFIÉES

La première compétence de nos services est d'informer consommateurs et entreprises de l'existence du règlement extrajudiciaire de litiges. Ensuite, nous devons également transférer le dossier correctement au service compétent en la matière. Des règles claires et transparentes sont donc sans aucun doute bénéfiques pour nous. Parfois, c'est clair:

- Votre opérateur? → Service de médiation pour les télécommunications
- Votre fournisseur d'énergies? → Service de médiation pour les énergies
- Votre institution financière? → Ombudsfin
- Votre assureur, courtier ou agent? → Ombudsman des assurances
- Un opérateur postal ou une société de coursiers? → Service de médiation pour le secteur postal
- Une société ferroviaire? → Service de médiation pour les voyageurs ferroviaires

Les secteurs respectifs sont couverts par un service de médiation. Ainsi, le consommateur a l'avantage de la clarté. En général, l'entreprise connaît le service de médiation de son secteur et s'investit dans une collaboration constructive. Toutes les parties sont gagnantes.

Les choses sont moins claires pour d'autres entités qualifiées. Elles ne couvrent pas un secteur complet mais sont seulement compétentes dans certains cas particuliers.

Ainsi, la Commission de Conciliation Construction est bien compétente pour des litiges techniques mais pas pour des litiges juridiques. Par ailleurs, la Commission de Conciliation n'entre en jeu que lorsque les deux parties acceptent la compétence de celle-ci et après le paiement de la somme de 200 euros.

La Commission de Conciliation Automoto intervient lorsque le vendeur reconnaît dans ses conditions générales la compétence de cette Commission de Conciliation, après le paiement d'une somme de 80 euros par partie et uniquement pour ce qui concerne la vente de voitures (neuves) et des litiges concernant la garantie. Les litiges relatifs à l'entretien et la réparation ne relèvent pas de sa compétence.

La Commission de Litiges Voyages est compétente pour des litiges avec une agence et/ou un organisateur de voyages concernant l'exécution d'un voyage. Cependant, il s'agit là uniquement de litiges avec une agence et/ou un organisateur de voyages appliquant les conditions générales de voyage de la Commission de Litiges Voyages asbl.

Lorsque vous avez un litige avec un garage, par exemple, vous ne pouvez donc pas automatiquement faire appel à la Commission de Conciliation Automoto. Un litige avec un entrepreneur ne vous permet pas non plus de vous adresser d'office à la Commission de Conciliation Construction. Et finalement, si vous rencontrez un problème en tant que voyageur, vous ne pouvez pas toujours vous tourner vers la Commission de litiges Voyages.

Ce n'est pas une situation optimale. Le consommateur est encore trop souvent, contrairement aux intentions du législateur, trimbalé de droite à gauche.

Nous conseillons aux secteurs concernés de créer une entité qui couvre le secteur entier. Ce serait bénéfique pour la médiation et, *in fine*, aussi pour la confiance du consommateur dans le secteur.

Nous demandons également aux autorités publiques d'opter pour une approche plus uniforme, plus accessible et plus globale des instances de règlement extrajudiciaire de litiges.

#### 5.4 MOYENS FINANCIERS

Le Service de Médiation pour le Consommateur a démarré rapidement. Au cours de sa première année complète de fonctionnement, 7.105 dossiers ont été annoncés pour médiation. Afin de garantir une enquête ainsi qu'une médiation approfondie et de qualité, tant aujourd'hui qu'à l'avenir, le service a besoin de moyens suffisants. Pour cette raison, nous demandons avec insistance une clarification rapide d'un financement structurel et suffisant pour le SMC.





« LES DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT ET  
LES INVESTISSEMENTS SONT SOUMIS À  
UN MONITORING DU COMITÉ DE DIRECTION  
PAR LE BIAS D'UNE COMPTABILITÉ  
PATRIMONIALE ET BUDGÉTAIRE  
PERMETTANT LE SUIVI DE LA RÉALISATION  
DU BUDGET ANNUEL. »

# 6

## BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

### 6.1 BUDGET ET RÉALISATIONS 2016

#### 6.1.1 Budget des recettes 2016

Pour 2016, le financement estimé du budget, à concurrence de 801.388 euros, comprenait initialement les parties suivantes:

- Contribution des services de médiation sectoriels € 249.543,84
- Contribution des Autorités Publiques Fédérales (2016) € 354.085,92
- Diverses recettes/Transfert de moyens sous-utilisés 2014-2015 € 197.758

### 6.1.2 Budget des dépenses 2016

Le budget des dépenses 2016 était de 801.388 euros, répartis comme suit:

- Dépenses pour le personnel € 455.460,05
- Dépenses pour le fonctionnement € 314.663,91
- Dépenses en capital € 31.264

Les dépenses de fonctionnement et les investissements sont soumis à un monitoring par le Comité de direction du Service de Médiation pour le Consommateur par le biais d'une comptabilité patrimoniale et budgétaire permettant le suivi de la réalisation du budget annuel. Pour 2016, les dépenses totales étaient de 723.304 euros et les recettes étaient de 728.117 euros.

Selon la loi du 22 mai 2003 portant organisation du budget et de la comptabilité de l'Etat fédéral, le Service de Médiation pour le Consommateur fait partie des organismes d'administration publique dotés de la personnalité juridique, tels que prévus par l'article 2, 3° de ladite loi. Il en résulte que le SMC élabore un projet de budget et soumet celui-ci au Ministre dont relève l'organisme et au Ministre du Budget (en application des articles 86 et 87, §2 de cette même loi).

## 6.2 BUDGET 2017

### 6.2.1 Budget des recettes 2017

Le budget des recettes pour l'ensemble de l'année 2017 est de 795.853 euros, répartis comme suit:

- Contribution des services de médiation sectoriels dans les charges locataires du SPF Economie € 111 265
- Contribution des services de médiation sectoriels pour le Front Office € 10 299
- Contribution pour la superficie utilisée en m<sup>2</sup> € 196 368
- Contribution des services de médiation sectoriels pour la Chancellerie € 12 760

- Contribution des Autorités publiques fédérales € 355 240
- Contribution des entreprises sans entité qualifiée € 109 921

### 6.2.2 Budget des dépenses 2017

Le budget des dépenses en 2017 est de 795 853 euros, répartis comme suit:

- Dépenses pour le personnel € 576 000
- Dépenses pour le fonctionnement € 208 343
- Dépenses en capital € 11 510

Ce budget a été envoyé aux deux Ministres compétents mais il n'a pas encore été approuvé à la date de la publication du présent rapport annuel. Par ailleurs, le Service de Médiation pour le Consommateur ne disposera pas suffisamment de moyens sans la contribution des entreprises qui n'ont pas d'entité qualifiée. Si la loi du 18 avril 2017 portant dispositions diverses en matière d'économie (MB 24/04/2017) prévoit une telle contribution, l'arrêté royal d'exécution formalisant cette intention se fait pour l'instant encore attendre.

En date du 01/06/2017, le personnel du Service de Médiation pour le Consommateur est composé comme suit:

- 1 manager opérationnel niveau A
- 1 manager administratif niveau A
- 1 SPOC ICT niveau B
- 5 gestionnaires de dossiers niveau B
- 2 agents d'accueil niveau C





## Service de Médiation pour le Consommateur

North Gate II

Boulevard du Roi Albert II 8 Bte 1

1000 Bruxelles

T. +32 (0)2 702 52 00

F. +32 (0)2 808 71 29

[www.mediationconsommateur.be](http://www.mediationconsommateur.be)