

RAPPORT

Service de médiation

ANNUEL

pour le consommateur

2017



Service de Médiation
pour Le Consommateur

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	4	4.9 Délai moyen de traitement d'un dossier	25
Chiffres clés	6		
2. MISSION ET FONCTIONNEMENT	8	5. PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES	26
2.1 Concernant le Service de Médiation pour le Consommateur	8	5.1 Entretien et réparation du logement	27
2.2 Composition et personnel	10	5.2 Meubles	29
2.3 Activités externes	10	5.3 Électronique	30
2.4 Procédure du SMC : dossiers résiduaire	11	5.4 Habillement et chaussures	33
		5.5 Voitures neuves, voitures d'occasion, location de voitures	35
L'ÉQUIPE SMC	13	5.6 Centres de remise en forme	37
		5.7 Crèches	38
3. BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR	14	6. POINTS D'ATTENTION	40
3.1 Budget 2017	15	6.1 Perception et collaboration	41
3.2 Budget 2018	15	6.2 Expertise	41
3.3 Budget des dépenses 2018	15	6.3 Problèmes dans des secteurs spécifiques	41
4. STATISTIQUES	16	6.4 Compétences des entités qualifiées	43
4.1 Nouveaux dossiers	17		
4.2 Moyen de communication	19		
4.3 Dossiers résiduaire	20		
4.4 Dossiers non résiduaire	21		
4.5 Dossiers résiduaire clôturés	22		
4.6 Top secteurs 2017	24		
4.7 Top catégories 2017	24		
4.8 Top 10 entreprises	25		





Service de Médiation
pour Le Consommateur

« EN 2017, LE SERVICE DE
MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR
A TRAITÉ 9574 DOSSIERS.
IL S'AGIT D'UNE AUGMENTATION
DE 32 % PAR RAPPORT À L'ANNÉE
DERNIÈRE. »

1

INTRODUCTION

Modification rapport annuel:
Peter Caluwé et Pieter-Jan De Koning

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 9 574 dossiers en 2017. Il apparaît clairement que ce service est facilement accessible aux consommateurs ainsi qu'aux entreprises. Le Service de Médiation pour le Consommateur forme également la clé de voûte du règlement extrajudiciaire des litiges pour les consommateurs en Belgique. En effet, tout litige entre un consommateur et une entreprise installée ou active en Belgique peut être réglé par voie extrajudiciaire.

La mission du Service de Médiation pour le Consommateur est triple. En premier lieu, il doit informer les consommateurs et les entreprises au sujet de leurs droits et obligations, et en particulier concernant le règlement extrajudiciaire des litiges. Ensuite, il se doit de renvoyer les consommateurs vers une instance qualifiée compétente. Enfin, il joue le rôle de médiateur en cas de litiges de consommation résiduaire. Sur les 9 574 dossiers traités par le Service de Médiation pour le Consommateur en 2017, plus de la moitié étaient des litiges de consommation résiduaire.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a finalement pu clôturer 2 308 dossiers, dont presque la moitié par un règlement à l'amiable. 1 105 dossiers ont obtenu une solution jugée satisfaisante aussi bien pour l'entreprise que pour le consommateur. Tout le monde était gagnant. L'une des difficultés réside dans les nombreux dossiers restés incomplets et pour lesquels aucune médiation n'était donc possible. Ceux-ci feront l'objet d'un point d'action dans les années à venir.

Les secteurs et les catégories de problèmes ont évolué, en raison notamment de la création d'une nouvelle entité qualifiée. Le secteur de l'entretien

et de la réparation du logement occupe le haut du classement, suivi par le secteur du meuble et celui de l'électronique. Les problèmes les plus fréquents concernaient les défaillances et les dommages, les biens non livrés ou les services non fournis et, pour finir, la difficile mise en application de la garantie légale.

Dans ce rapport annuel, nous analysons à nouveau quelques problèmes courants. Nous épinglons les secteurs pour lesquels nous sommes confrontés de manière récurrente au même type de problème et les analysons par le biais de quelques exemples. Pour chaque secteur, nous formulons aussi des recommandations que nous adressons tant aux entreprises qu'aux consommateurs.

Le Service de Médiation pour le Consommateur est une entité qualifiée reconnue par le SPF Économie et qui a pour mission de proposer une procédure indépendante, impartiale, transparente, efficace, rapide et équitable. Toutefois, nous ne pouvons pas obtenir de résultats en l'absence de collaboration constructive entre les différentes parties impliquées dans un litige. Nous encourageons vivement les consommateurs et les entreprises à toujours prendre part activement à la recherche d'une solution pour chaque litige !



Françoise Sweerts
Présidente
du Comité de direction



Katelijne Exelmans
Vice-présidente
du Comité de direction

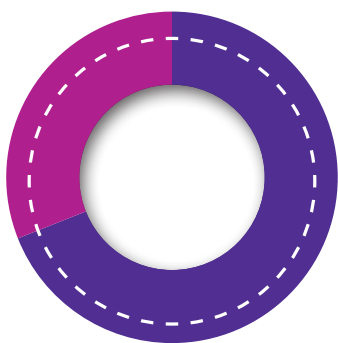
CHIFFRES CLÉS

9 574

DOSSIERS TRAITÉS EN 2017

Dossiers en français

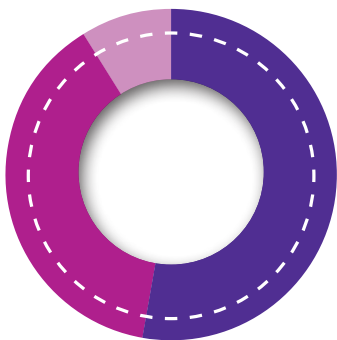
30%



70%
Dossiers en néerlandais

Demandes d'informations

9%



38%
Autres dossiers

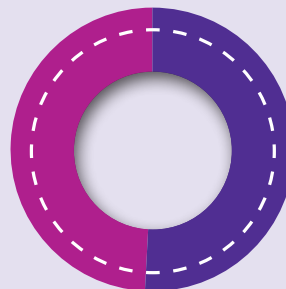
53%
Dossiers résiduaire

5 053

DOSSIERS RÉSIDUAIRES

Dossiers irrecevables

49%



51%
Dossiers recevables

MOTIFS D'IRRECEVABILITÉ

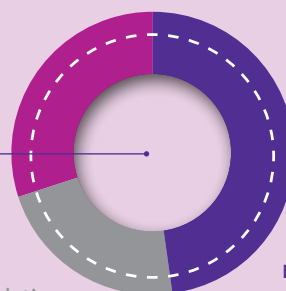
Plainte anonyme	147
Le plaignant n'a pas encore pris contact avec l'entreprise	74
Pas de litige de consommation résiduaire	212
Faillite de l'entreprise	50
Plainte incomplète	1918
Plainte vexatoire	8
A déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire	48
Plainte dont les faits datent de plus d'un an	5
Le dossier a déjà été traité par une entité qualifiée	10
Total	2472

2 308

DOSSIERS RÉSIDUAIRES CLÔTURÉS

Plainte interrompue

30%

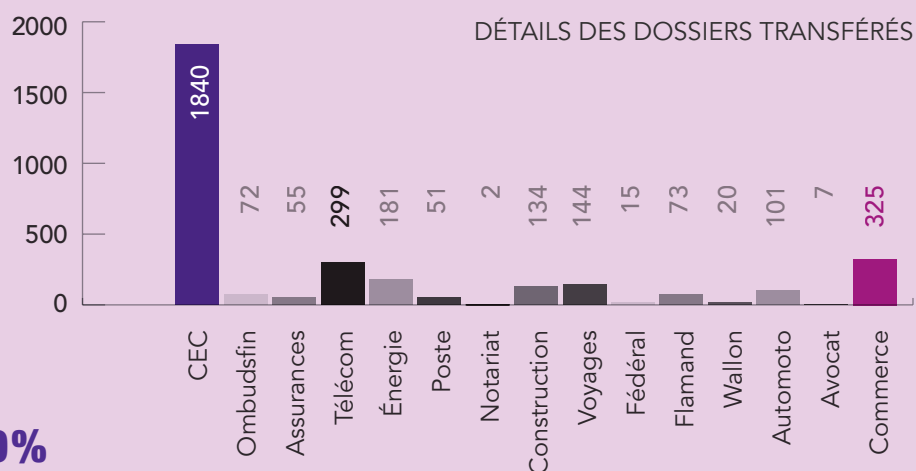
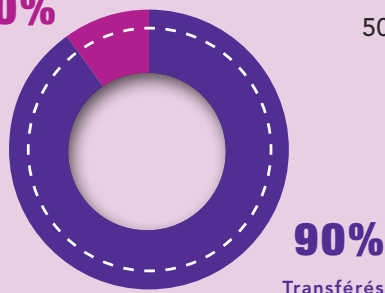


22%
Recommandation

47%
Règlement à l'amiable

3 677**AUTRES DOSSIERS**

Hors compétence

10%**Top 10**

catégories

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Défaut, dommages causés	673
2	Non livré/non fourni	516
3	Garantie légale non attribuée	466
4	Ne satisfait pas à la commande	362
5	Facture injustifiée	263
6	Publicité mensongère	172
7	Service clientèle	170
8	Livré/fourni partiellement	156
9	Résiliation du contrat	145
10	Retard	121

Top 10

secteurs

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Entretien et réparation du logement	934
2	Meubles et décoration	357
3	Électronique (non TIC ou récréatif)	286
4	Habillement (y compris sur mesure) et chaussures	260
5	Biens TIC (technologie de l'information et de la communication)	245
6	Gros appareils électroménagers (aspirateurs et micro-ondes compris)	221
7	Autres biens et services	192
8	Voitures d'occasion	145
9	Compagnies aériennes	144
10	Services en lien avec les sports et les loisirs	136





2

MISSION ET FONCTIONNEMENT

2.1 CONCERNANT LE SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

Le Service de Médiation pour le Consommateur (ci-après également dénommé SMC) 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 lancement officiel du service a eu lieu le 1^{er} juin 2015.

La mission du Service de Médiation pour le Consommateur est triple et définie légalement¹. En plus d'informer les consommateurs et les entreprises de leurs droits et obligations, et en particulier des possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, le SMC réceptionne toutes les demandes de règlement extrajudiciaire de litiges de consommation. S'il existe une entité qualifiée compétente dans le traitement d'un dossier, le SMC se chargera de le

.....

1 Art. XVI.6 CDE

« LE SUCCÈS DE LA MÉDIATION
DÉPEND DE LA BONNE COOPÉRATION
ENTRE LES PARTIES, QUI DOIVENT
ÊTRE PRÊTES À TROUVER UNE
SOLUTION. »

lui transférer immédiatement². Lorsqu'il n'y a aucune autre entité qualifiée compétente, le SMC se charge de traiter lui-même le dossier.

La première mission du SMC est donc d'**informer les consommateurs et les entreprises** de leurs droits et obligations, en particulier des possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. En plus d'être considérable, cette tâche est d'une importance majeure. Le Service de Médiation pour le Consommateur veut agir en tant que guichet unique pour les REL³ pour les consommateurs et les entreprises. Afin de donner toutes ses chances au règlement extrajudiciaire des litiges en Belgique, il est nécessaire de disposer d'un point de contact unique capable de fournir toutes les informations nécessaires à ce sujet. Le domaine du REL pour les consommateurs est en effet très hétérogène. Des services de médiation existent pour différents secteurs. Pour d'autres, des commissions de réconciliation sont compétentes en la matière, alors que certains secteurs font appel à des commissions de litiges. De plus, les compétences de ces différents services ne sont pas toujours univoques. **Il apparaît donc hautement nécessaire d'avoir un point de contact pour guider les consommateurs et les entreprises dans le domaine des REL et référer les parties directement au service compétent.**

Le SMC ne se contente pas de fournir des informations sur le règlement extrajudiciaire des litiges. Il informe également de manière générale sur les droits et obligations du consommateur et de l'entreprise. Toutefois, la spécialisation du Service de Médiation pour le Consommateur demeure dans les litiges de consommation, soit tout litige survenant entre un consommateur et une entreprise et relatif à l'exécution d'un contrat de vente ou de service ou à l'utilisation d'un produit⁴.

Toute demande de règlement extrajudiciaire d'un litige de consommation est réceptionnée par le SMC. Après une analyse approfondie, elle est transmise à l'entité qualifiée compétente en la matière. Lorsqu'un dossier reçu par le Service de Médiation pour le Consommateur relève de la compétence d'une entité

qualifiée, le SMC se voit dans l'obligation de transmettre ce dossier au service en question. Le SMC ne juge pas de la recevabilité de la plainte et laisse le service auquel il envoie les dossiers en statuer.

Le SMC peut uniquement **transférer** les litiges de consommation qu'il reçoit **à des entités qualifiées**. Celles-ci sont chargées du règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et satisfont aux conditions visées aux art. XVI.25 et 26 CDE ainsi qu'aux conditions définies par l'arrêté royal du 26 février 2015 et sont publiées par le SPF Économie dans une liste sur son site Internet⁵. Cette liste est également transmise à la Commission européenne⁶.

Le SMC est lui-même reconnu comme entité qualifiée, et ce depuis le 14 juillet 2015.

La troisième et dernière tâche du SMC concerne le traitement de l'ensemble des litiges de consommation réceptionnés n'ayant pas pu être transférés à une autre entité qualifiée. Il s'agit ici de **litiges résiduaire**s.

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

2 Art. XVI.15, §2 CDE

3 Règlement extrajudiciaire des litiges

4 Art. I.19, 2° CDE

5 Art. I.19, 4° CDE

6 Pour consulter la liste, voir : <https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Entreprises/Reglement-extrajudiciaire-litiges-consommation-liste-entites-qualifiees.pdf>

Le ministre de l'Économie et le ministre du Budget peuvent tous deux désigner un représentant qui siège au Comité de direction avec une voix consultative pour tous les points à l'ordre du jour n'ayant aucun lien avec les demandes individuelles de règlement extrajudiciaire d'un litige de consommation. Au 18 juillet 2017, les deux ministres ont effectivement désigné un représentant.

Les membres du Comité de direction désignent parmi eux un président et un vice-président, qui appartiennent à un groupe linguistique différent.

Le Comité de direction est compétent pour prendre tout acte de disposition et d'administration nécessaire à la gestion du Service de Médiation pour le Consommateur, en vue de l'accomplissement de ses missions. Celles-ci comprennent notamment l'approbation annuelle du plan politique, l'établissement du budget et la supervision de son exécution, l'élaboration des comptes annuels des recettes et dépenses, et l'élaboration du plan de personnel.

En 2017, ce plan se présentait comme suit :

- un manager opérationnel
- un manager administratif
- un responsable TIC
- deux agents d'accueil (1 FR + 1 NL)
- cinq gestionnaires de dossier (2 FR + 3 NL)

2.3 ACTIVITÉS EXTERNES

Le Service de Médiation pour le Consommateur entretient des contacts étroits avec les différents **acteurs du domaine du REL**. Il est en effet très important qu'il dispose de connaissances solides sur les compétences et le fonctionnement des autres entités qualifiées. Sur la liste des entités qualifiées reconnues figuraient, fin 2017, quatorze instances, dont le Service de Médiation pour le Consommateur. Les autres instances étaient les suivantes :

- 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 A.S.B.L.
- La Commission de Conciliation Automoto
- Le Service de Médiation pour l'énergie
- La Commission de litiges Voyages
- Le Service de Médiation pour le secteur postal
- Le Service de Médiation des litiges de consommation des avocats
- Le Service Ombudsman des avocats de l'Ordre des barreaux francophones et germanophone
- Ombudsman du Commerce
- La Commission d'Arbitrage Consommateurs et Entreprises de l'Entretien du Textile (CACET)

Des concertations ont lieu à intervalles réguliers entre le Service de Médiation pour le Consommateur et une ou plusieurs entités qualifiées ou entités qualifiées candidates. Afin de comprendre encore mieux le fonctionnement des différentes entités qualifiées ainsi que la reconnaissance et le contrôle de ces entités, le SMC a organisé en octobre 2017 une table ronde en collaboration avec le SPF Économie. Les entités qualifiées candidates ont également été conviées, ainsi que le Centre Européen des Consommateurs, en tant qu'entité REL et point de contact RLL.

Le Service de Médiation pour le Consommateur consulte également les services compétents du SPF Économie sur base trimestrielle. Ensemble, ils traitent des statistiques transmises et analysent la nécessité ou non de mettre en place des actions supplémentaires et, dans l'affirmative, pour quels secteurs.

2.4 PROCÉDURE DU SMC : DOSSIERS RÉSIDUAIRES

2.4.1 Évaluation du dossier

Seule la procédure de traitement des litiges de consommation résiduares par le Service de Médiation pour le Consommateur est ici décrite. Lorsque le SMC transmet des dossiers à d'autres entités qualifiées, il se contente d'émettre un jugement de compétence. L'évaluation de la recevabilité revient à l'entité qualifiée à laquelle il transmet le dossier.

Le traitement d'une demande par le Service de Médiation pour le Consommateur est gratuit. Dès que la demande est complète, le Service de Médiation pour le Consommateur dispose d'un délai de trois semaines pour informer le plaignant de sa capacité à traiter le dossier et de sa décision à cet égard. Il doit le faire par courrier motivé.

Le SMC a à sa disposition des motifs de refus obligatoires et facultatifs lui permettant de déclarer la plainte irrecevable. Le Service de Médiation pour le Consommateur refuse de traiter une demande :

- 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, même si elle a été déclarée comme irrecevable par celle-ci ; et
- lorsque la plainte vise le règlement d'un litige qui fait ou a déjà fait l'objet d'une action en justice.

En ce qui concerne les motifs de refus facultatifs, le SMC dispose d'une certaine marge pour l'évaluation du dossier. Il en fait largement usage. L'objectif consiste toujours à aider au mieux le consommateur. 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 introduite au préalable auprès de l'entreprise concernée ;
- lorsque la plainte en question a été introduite auprès de l'entreprise concernée depuis plus d'un an ;
- lorsque le traitement de la plainte peut sérieusement compromettre le bon fonctionnement du Service de Médiation pour le Consommateur.

2.4.2 Traitement du dossier

Une fois la demande complète, le traitement interne du dossier peut débuter. Le gestionnaire de dossier dispose de **90 jours ouvrables pour clôturer le dossier**. Dans une première phase, le dossier est transmis à l'entreprise, dont une réaction est attendue. Cette réponse est ensuite transmise au plaignant,

qui en discute avec son gestionnaire de dossier. Le traitement des dossiers se déroule par e-mail, par courrier et/ou par téléphone. Le Service de Médiation pour le Consommateur peut, s'il l'estime nécessaire, prendre connaissance sur place des registres, de la correspondance, des rapports et, en général, de toute la documentation et de tous les documents écrits de l'entreprise concernée, qui sont en lien direct avec l'objet de la demande. Le SMC peut exiger des administrateurs, agents et préposés de l'entreprise toutes les explications et informations nécessaires, et effectuer toutes les vérifications nécessaires à son examen. Cependant, il n'a encore jamais fait usage de cette capacité. En raison de limitations financières, le SMC n'a encore jamais fait non plus appel à des experts, bien que cette possibilité soit aussi prévue par la loi.

Le gestionnaire de dossier écoute les deux parties et tente de les concilier. Sauf en cas de violation manifeste de la loi, le gestionnaire de dossier ne prend pas parti, mais recherche des possibilités pour conclure le litige par un règlement à l'amiable. Lorsqu'il s'avère distinctement que la loi n'a pas été respectée dans un dossier, le gestionnaire de dossier en informera toutefois clairement les deux parties. Au besoin, il prendra position (par exemple, lorsqu'il est question de pratiques commerciales déloyales ou en cas d'évaluation d'une clause abusive).

Les délais de prescription de droit commun sont suspendus à partir de la date de réception de la demande complète. La procédure de recouvrement doit être également suspendue par l'entreprise dès réception de la plainte complète.

2.4.3 Clôture du dossier

Le SMC fait part de l'issue du règlement du litige aux deux parties dans un délai de 90 jours calendrier. Dans des circonstances exceptionnelles, ce délai peut être prolongé à nouveau d'une durée de 90 jours, et ce une seule fois. Cette prolongation doit être motivée par la complexité du litige. Une procédure auprès du Service de Médiation pour le Consommateur peut être clôturée de trois manières. Dans le meilleur des cas, **un règlement à l'amiable** est convenu entre le consommateur et l'entreprise. Le gestionnaire de dossier fait part de cet accord une fois de plus par écrit aux deux parties et clôtur le dossier.

En l'absence de règlement à l'amiable, le SMC peut clôturer le dossier en formulant **une recommandation**. Celle-ci n'est pas de nature exécutoire. La recommandation est une manière pour le Service de Médiation pour le Consommateur de faire part de son point de vue et de sa décision aux deux parties après examen approfondi de la plainte.

Lorsque l'entreprise concernée ne suit pas la recommandation, elle est dans l'obligation légale de notifier

son point de vue motivé au SMC et au plaignant dans un délai de trente jours calendrier. Une entreprise ne peut cependant jamais être obligée d'accepter la solution proposée par le Service de Médiation pour le Consommateur.

Enfin, le plaignant peut toujours mettre un terme à la procédure.





L'ÉQUIPE





3

BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

« EN 2017, LE BUDGET ESTIMÉ
ÉTAIT DE 795 853 €.
TOUTES LES DÉPENSES ET TOUS
LES INVESTISSEMENTS SONT
CONTRÔLÉS PAR LE COMITÉ
DE DIRECTION. »

Selon la loi du 22 mai 2003 portant organisation du budget et de la comptabilité de l'État fédéral, le Service de Médiation pour le Consommateur appartient à la catégorie « organismes d'administration publique dotés de la personnalité juridique » telle que visée à l'article 2, 3^o de cette loi, de telle sorte qu'il établit un projet de budget et le soumet au ministre compétent et au ministre du Budget (en application des articles 86 et 87, §2 de cette même loi).

Les dépenses de fonctionnement et les investissements font l'objet d'une surveillance par le Comité de direction du Service de Médiation pour le Consommateur par le biais d'une comptabilité budgétaire permettant le suivi de la réalisation du budget annuel.

3.1 BUDGET 2017

3.1.1 Budget des recettes 2017

En 2017, le budget estimé était de 795.853 €:

- Contribution des services de médiation sectoriels dans les charges locataires du SPF Économie 111 265 €
- Contribution des services de médiation sectoriels pour le Front Office 10 299 €
- Contribution des services de médiation sectoriels pour la Chancellerie 12 760 €
- Contribution pour la superficie utilisée en m² 196 368 €
- Contribution des Autorités publiques fédérales 355 240 €
- Contribution des entreprises sans entité qualifiée 109 921 €

3.1.2 Budget des dépenses 2017

Le budget des dépenses en 2017 était de 795 853 €, répartis comme suit :

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

3.2 BUDGET 2018

3.2.1 Budget des recettes 2018

Le budget des recettes établi pour l'ensemble de l'année 2018 s'élève à 847 787 €, répartis comme suit :

- Contribution des services de médiation sectoriels 475 000 €
- Contribution des Autorités publiques fédérales 354 000 €
- Contribution des entreprises sans entité qualifiée 18 787 €

3.2.2 Budget des dépenses 2018

Le budget des dépenses pour 2018 est de 847 787 €, répartis comme suit :

- Dépenses pour le personnel 598 000 €
- Dépenses pour d'autres services de médiation 143 738 €
- Dépenses pour le fonctionnement 102 539 €
- Dépenses en capital 3 510 €

3.3 PERSONNEL

Au 01/05/2018, 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 TIC niveau B
- 6 gestionnaires de dossier niveau B
- 2 agents d'accueil niveau C





4

STATISTIQUES

« LE SERVICE DE MÉDIATION
POUR LE CONSOMMATEUR A
TRAITÉ 9574 DOSSIERS EN 2017,
DONT PLUS DE LA MOITIÉ
RELEVAIT DE SA COMPÉTENCE
RÉSIDUELLE. »

Le Service de Médiation pour le Consommateur a trois grandes missions distinctes : informer, transférer et assurer la médiation. Les deux premières tâches sont exercées par les collaborateurs du Front Office, alors que les différents gestionnaires de dossier se chargent de la médiation des litiges de consommation résiduels.

4.1 NOUVEAUX DOSSIERS

4.1.1 Nombre total de dossiers introduits en 2017

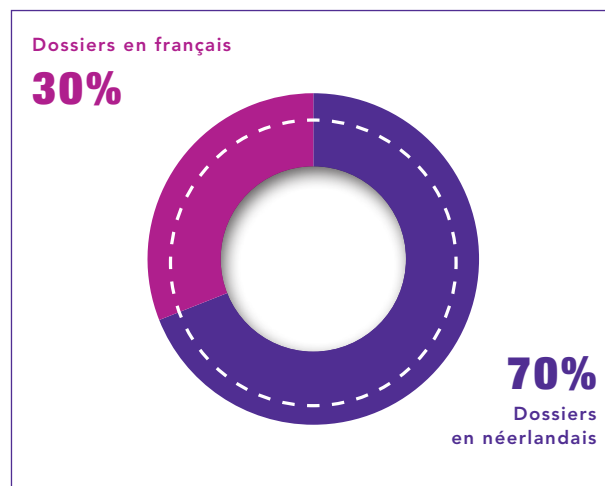
a. Statistique

Dossiers	Total
FR	6 700
NL	2 874
Total	9 574

b. Commentaire

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 9 574 dossiers en 2017. Une répartition linguistique montre que 6 700 dossiers (70 %) en néerlandais ont été enregistrés contre 2 874 (30 %) en français. Proportionnellement, ces chiffres sont identiques à ceux de 2015 et 2016. Une minorité absolue des dossiers a été introduite en allemand ou en anglais. Les dossiers en allemand ont été traités par les gestionnaires de dossier francophones et sont donc repris dans cette statistique. Les dossiers en anglais ont quant à eux été traités par les gestionnaires de dossier néerlandophones ; ils font partie de la statistique de ce groupe linguistique.

Le nombre total de dossiers traités a fortement augmenté par rapport à l'année civile précédente. En 2016, soit la première année civile complète pendant laquelle le SMC a été actif, 7 279 dossiers ont été traités. La différence se chiffre à 2 295 dossiers, soit **une augmentation de 32 pour cent.**



c. Répartition

- Dossiers résiduels : 5 053
- Autres dossiers : 3 677
- Demandes d'informations : 844

d. Commentaire

Plus de la moitié des dossiers reçus relèvent de la compétence résiduelle du Service de Médiation pour le Consommateur. Ils ne peuvent donc pas être transférés vers une autre entité qualifiée. Un bon tiers des dossiers reçus sont des plaintes ne relevant pas de la compétence résiduelle du SMC. Ces dossiers font l'objet d'un transfert s'il existe une entité qualifiée compétente pour leur prise en charge. Enfin, le SMC a répondu à 844 demandes d'informations par écrit.

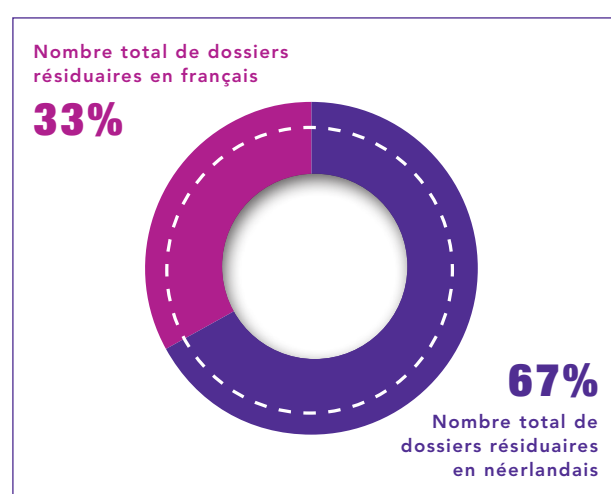
32%

Le nombre total de dossiers traités a augmenté de 32% par rapport à 2016

4.1.2 Nombre total de dossiers résiduaire introduits en 2017

a. Statistique

Dossiers résiduaire	Total	Moyenne par mois
NL	3 399	283
FR	1 654	138
Total	5 053	421



b. Commentaire

Les dossier résiduaire sont des litiges entre un consommateur et une entreprise belge concernant l'exécution d'un contrat de vente ou de service ou l'utilisation d'un produit, et qui ne relèvent pas de la compétence d'une autre entité qualifiée. 67 % des dossier résiduaire introduits l'étaient en néerlandais, 33 % l'étaient en français.

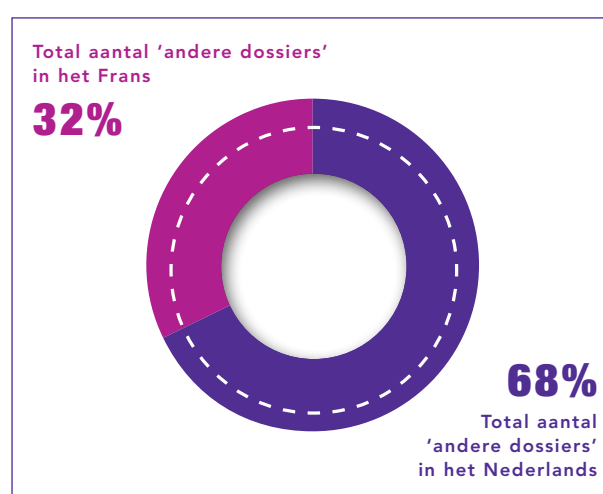
421

En moyenne, 421 dossier résiduaire ont été introduits par mois en 2017.

4.1.3 Nombre total des autres dossier introduits en 2017

a. Statistique

Autres dossier	Total	Moyenne par mois
FR	2 516	210
NL	1 161	97
Total	3 677	306



b. Commentaire

Le SMC a également traité 3 677 autres dossier en 2017. La proportion de dossier néerlandophone et francophone est ici encore la même : 68 % de dossier néerlandophone contre 32 % de dossier francophone.

Les « autres dossier » peuvent être répartis en deux catégories. La première catégorie concerne les litiges de consommation transférés aux autres entités qualifiées et les dossier qui ne relèvent pas de la compétence du SMC mais qui peuvent être transférés à un autre service. La seconde catégorie reprend les dossier qui ne peuvent pas être traités par le SMC ni par une autre entité. Les statistiques détaillées de cette répartition sont consultables plus loin dans ce chapitre.

4.1.4 Nombre total de demandes d'informations traitées

a. Statistique

Demandes d'informations	Total	Moyenne par mois
NL	733	61
FR	111	9
Total	844	70

b. Commentaire

Le SMC a répondu à 844 demandes d'informations par écrit. Un nombre significatif de ces demandes d'informations était en néerlandais.

Fournir des informations ciblées et de qualité aux entreprises et aux consommateurs contribue à l'amélioration des connaissances générales sur les droits et obligations des consommateurs.

4.2 MOYEN DE COMMUNICATION

a. Statistique

Moyen de communication	Total
Lettre	196
E-mail	2 403
Fax	13
Site Web	3 217
Belmed	44
Visite	29
SPF Économie	3 661
RLL	11
Total	9 574

b. Commentaire

Le SMC est accessible par le biais de très nombreux canaux. Il est possible de nous joindre directement grâce au formulaire de plainte sur le site Web, par e-mail, par fax et par courrier. Les visiteurs peuvent également s'adresser à notre accueil pour y introduire un dossier, et ce tous les jours ouvrables entre 9h00 et 17h00.

Les dossiers nous parviennent également par le biais d'autres canaux. Dans certains cas, les consommateurs qui signalent un problème auprès du Point de contact du SPF Économie peuvent également indiquer que leur signalement peut être transmis au SMC. Cela a été le cas 3 661 fois en 2017.

Des plaintes de consommateurs nous parviennent également par le Belmed et la plateforme REL. L'introduction de plaintes par voie numérique reste l'option la plus utilisée.

9 336

dossiers sont parvenus au SMC en 2017 via un canal numérique.

4.3 DOSSIERS RÉSIDUAIRES

4.3.1 Dossiers recevables versus dossiers irrecevables

a. Statistique

	Total
Dossiers recevables	2 581
Dossiers irrecevables	2 472
Total	5 053

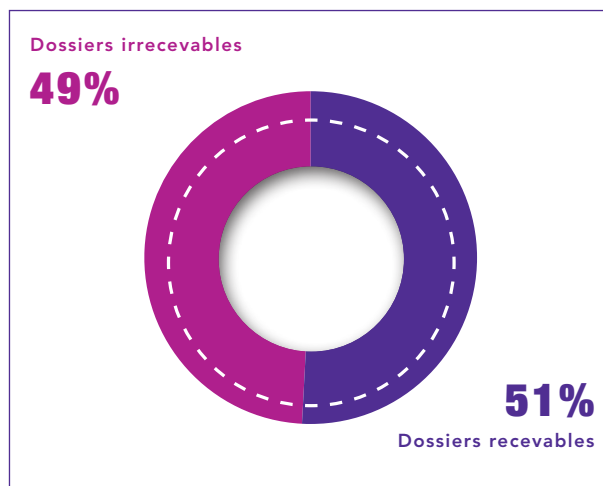
b. Commentaire

Sur les 5 053 dossiers résiduaire reçus par le SMC en 2017, la moitié est irrecevable. Le classement en fonction des motifs d'irrecevabilité se trouve dans la statistique suivante.

4.3.2 Motifs d'irrecevabilité

a. Statistique

	Total
Plainte anonyme	147
Le plaignant n'a pas encore pris contact avec l'entreprise	74
Pas de litige de consommation résiduaire	212
Faillite de l'entreprise	50
Plainte incomplète	1 918
Plainte vexatoire	8
A déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire	48
Plainte dont les faits datent de plus d'un an	5
Le dossier a déjà été traité par une entité qualifiée	10
Total	2 472



b. Commentaire

La principale raison pour laquelle les dossiers sont déclarés irrecevables est due au fait qu'ils soient et restent incomplets, malgré la demande explicite du SMC de compléter ces dossiers.

Pour considérer un dossier comme étant complet, le SMC veut au moins disposer d'une preuve que le consommateur a lui-même tenté de régler le litige avec l'entreprise (cf. supra), de l'identité de l'entreprise et d'une description précise de la plainte. Dans certains cas, d'autres informations s'avèreront nécessaires, comme un justificatif d'achat en cas de problème de garantie ou une copie du contrat dans le cas d'un litige contractuel simple. L'évaluation est ici aussi réalisée de manière discrétionnaire bien qu'il soit fait preuve de tolérance.

Selon le règlement de la procédure, le consommateur dispose de 10 jours ouvrables pour compléter son dossier. En pratique, le dossier sera quand même rouvert si le consommateur vient à compléter son dossier une fois ce délai expiré. Malheureusement, **de nombreux dossiers restent incomplets et sont clôturés sans qu'une procédure de médiation ait effectivement pu être démarrée.** Les raisons de ce constat restent inexpliquées. On pourrait donc supposer que la plainte a entre-temps été résolue et que les parties n'ont pas jugé nécessaire d'en informer le SMC. Une autre possibilité serait que le consommateur considère la charge administrative demandée comme trop lourde ou qu'il estime s'être suffisamment exprimé lors de l'introduction de plainte et ne souhaite pas donner suite à celle-ci.

4.4 DOSSIERS NON RÉSIDUAIRES

4.4.1 En général

a. Statistique

	Total
Transférés	3 319
Hors compétence	358
Total	3 677

b. Commentaire

Comme indiqué précédemment, les litiges (de consommation) qui ne relèvent pas de la compétence résiduaire du Service de Médiation pour le Consommateur peuvent se répartir en deux catégories : D'une part, les dossiers qui peuvent être transférés et, d'autre part, les dossiers qui ne relèvent d'aucune compétence. Dans ce dernier cas, il s'agit souvent de litiges B2B ou C2C ou de litiges impliquant une entreprise installée en dehors de l'Espace économique européen.

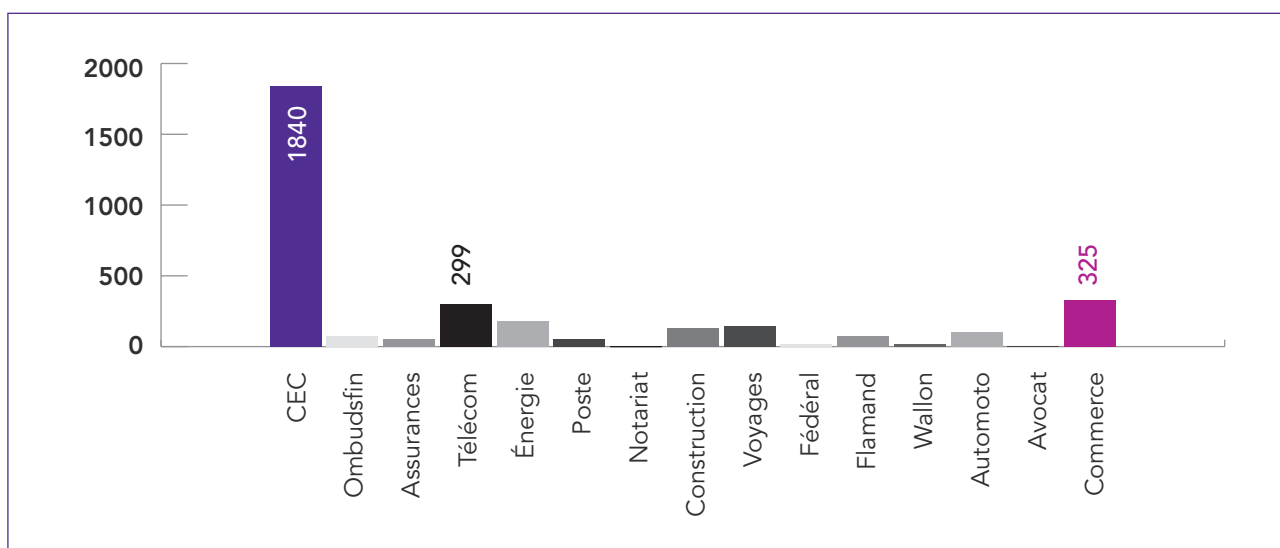
Dans le premier cas, le dossier du consommateur est donc transféré. Dans la prochaine statistique, vous pouvez voir vers quels services ces dossiers ont été transférés.

4.4.2 Dossiers transférés

a. Statistique

	Total
CEC	1 840
Ombudsfin	72
Ombudsman pour les Assurances	55
Service de Médiation pour les télécommunications	299
Service de Médiation pour l'énergie	181
Service de Médiation pour le secteur postal	51
Ombudsman pour le notariat	2
Commission de Conciliation Construction	134
Commission de litiges Voyages	144
Médiateur fédéral	15
Médiateur flamand	73
Médiateur wallon	20
Commission de Conciliation Automoto	101
Services de médiation pour les avocats	7
Ombudsman du Commerce	325
Total	3 319

b. Histogramme



c. Commentaire

Les dossiers pour lesquels une autre entité qualifiée est exclusivement compétente en la matière sont immédiatement transférés. Les entités reconnues par le SPF Économie qui traitent le plus de dossiers sont l'Ombudsman du Commerce (325 dossiers), le Service de Médiation pour les télécommunications (299 dossiers) et le Service de Médiation pour l'énergie (181 dossiers). Il convient de signaler que l'Ombudsman du Commerce n'est devenu opérationnel qu'au 1^{er} mai 2017, mais qu'il s'est immédiatement placé en tête de classement.

Cependant, c'est une fois encore le Centre Européen des Consommateurs (CEC) qui a reçu le plus grand nombre de dossiers (1 840) transférés par le Service de Médiation pour le Consommateur. Tout comme les Médiateurs fédéral, wallon et flamand, le CEC n'est pas une entité qualifiée. D'un point de vue technique, les dossiers que le SMC transmet à ces services sont des dossiers qui ne relèvent pas des compétences des entités qualifiées. Afin d'offrir un service optimal au consommateur, ces dossiers sont quand même transférés.

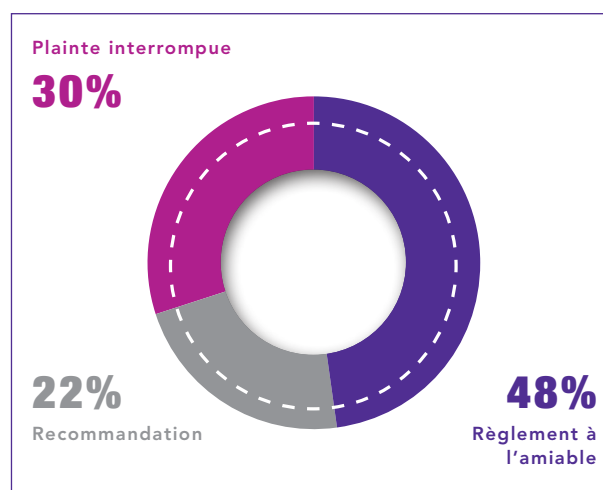
Le SMC n'a encore transmis aucun dossier à l'entité qualifiée la plus récente, à savoir la Commission d'Arbitrage Consommateurs et Entreprises de l'Entretien du Textile (CACET).

4.5 DOSSIERS RÉSIDUAIRES CLÔTURÉS

4.5.1 En général

a. Statistique

	Total	%
Règlement à l'amiable	1 105	48%
Recommandation	501	22%
Plainte interrompue	702	30%
Total	2 308	100%



b. Commentaire

Le SMC a pu clôturer 2 308 dossiers en 2017. **Dans 48 % des cas, un règlement à l'amiable a pu être atteint** : 1 105 dossiers. Dans 501 dossiers, aucune solution n'a pu être trouvée au litige et une recommandation a été émise. Pour finir, 702 dossiers ont été interrompus par le consommateur au cours de la procédure. Parmi ces dossiers, on trouve également ceux où le consommateur n'a plus réagi aux demandes du service de médiation.

48%

**Dans 48 % des cas,
un règlement à l'amiable
a pu être atteint**

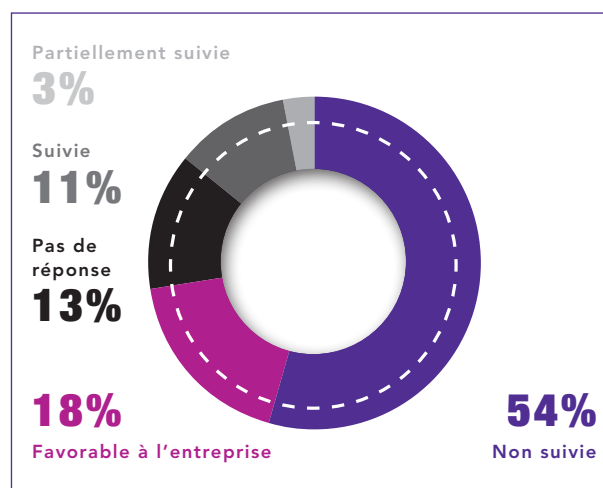
54%

Dans plus de la moitié des cas, l'entreprise n' a pourtant pas répondu aux recommandations émises par le SMC.

4.5.2 Réaction de l'entreprise à une recommandation

a. Statistique

	Total	%
Partiellement suivie	13	3%
Pas de réponse	273	54%
Suivie	56	11%
Favorable à l'entreprise	92	18%
Non suivie	67	13%
Total	501	100%



b. Commentaire

La réaction des entreprises aux recommandations émises par le SMC s'est légèrement améliorée. Dans plus de la moitié des cas (54 %), l'entreprise n'y a pourtant pas répondu.

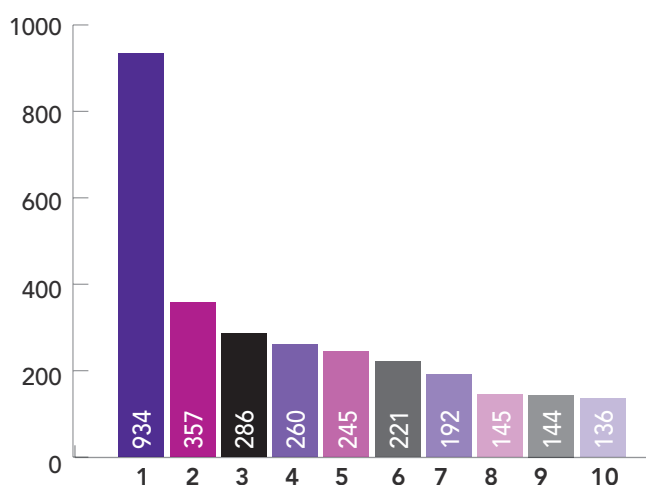
L'entreprise a suivi la recommandation du SMC dans 11 % des cas.

Une recommandation peut également être formulée en faveur du consommateur ou de l'entreprise. En 2017, 92 recommandations ont été formulées à l'avantage de l'entreprise.

4.6 TOP SECTEURS 2017¹

a. Statistique

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Entretien et réparation du logement	934
2	Meubles et décoration	357
3	Électronique (non TIC ou récréatif)	286
4	Habillement (y compris sur mesure) et chaussures	260
5	Biens TIC (technologie de l'information et de la communication)	245
6	Gros appareils électroménagers (aspirateurs et micro-ondes compris)	221
7	Autres biens et services	192
8	Voitures d'occasion	145
9	Compagnies aériennes	144
10	Services en lien avec les sports et les loisirs	136



b. Commentaire

On peut observer un changement de tendance dans les secteurs qui font le plus souvent l'objet d'un litige en 2017. Le haut du classement n'est plus occupé par

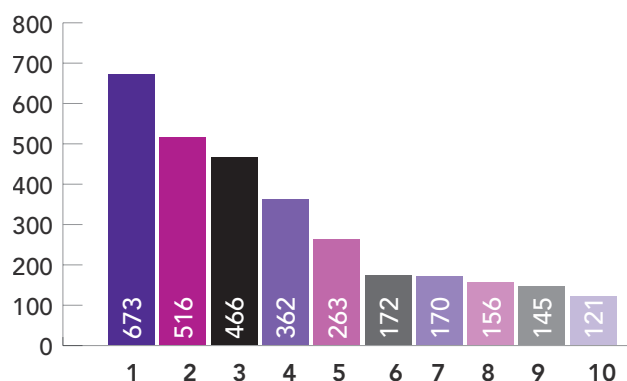
le secteur des biens TIC (smartphones, tablettes, ordinateurs portables). Cela s'explique par la création de l'Ombudsman du Commerce en 2017. Les commerçants affiliés à cet ombudsman sont souvent actifs dans le secteur des biens TIC. La majorité des dossiers de ce secteur lui sont désormais transférés. **Le secteur de l'entretien et de la réparation (pour les biens et les services) est le secteur ayant enregistré le plus grand nombre de plaintes.**

La deuxième et la troisième place sont respectivement occupées par le secteur du meuble (357 dossiers) et celui des biens électroniques non TIC (286 dossiers), comme les appareils photo, les caméras et les téléviseurs.

4.7 TOP CATÉGORIES 2017

a. Statistique

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Défaut, dommages causés	673
2	Non livré/non fourni	516
3	Garantie légale non attribuée	466
4	Ne satisfait pas à la commande	362
5	Facture injustifiée	263
6	Publicité mensongère	172
7	Service clientèle	170
8	Livré/fourni partiellement	156
9	Résiliation du contrat	145
10	Retard	121



¹ Le SMC utilise la répartition telle qu'elle est exprimée dans la 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.

b. Commentaire

Les plaintes les plus courantes concernent **les litiges sur la qualité des biens et des services**, en particulier au sujet de défauts et de dommages (673 dossiers). De très nombreux litiges ont également été traités concernant des biens non livrés ou des services non fournis (516 dossiers) et la garantie légale (466 dossiers). Force est de constater que le nombre de dossiers traitant de garantie légale a fortement diminué, probablement une autre conséquence de la création de l'Ombudsman du Commerce.

4.8 TOP 10 ENTREPRISES²

a. Statistique

ENTREPRISE	PLAINTES
Vanden Borre	84
Tui Airlines Belgium	51
Brussels Airlines	48
Basic-Fit Belgium	41
Krëfel	41
Coolblue	37
MediaMarkt – Saturn Belgium	33
Caltexx	26
Groupon	25
Vivaboxes International	25

b. Commentaire

Cette statistique reprend à nouveau les entreprises contre lesquelles le plus de dossiers ont été introduits en 2017. Il n'est pas vraiment surprenant de constater que des entreprises connues et de grande taille se retrouvent dans cette statistique. Plus une entreprise effectue de transactions, plus elle augmente le risque de litiges de consommation.

2 Il s'agit ici d'entreprises belges uniquement. Le Service de Médiation pour le Consommateur ne dispose pas de la compétence pour traiter des litiges impliquant des entreprises étrangères.

Certaines entreprises faisant l'objet de nombreux dossiers de règlement de litige collaborent de manière excellente, alors que d'autres continuent à faire la sourde oreille et refusent toute collaboration. Une mention positive peut être décernée à Vanden Borre, qui collabore toujours de manière constructive à la recherche d'une solution pour tout litige de consommation. Le Service de Médiation pour le Consommateur encourage cependant Vanden Borre à s'enregistrer à l'Ombudsman du Commerce. L'attitude des compagnies aériennes³ belges est quant à elle affligeante. Aucune forme de collaboration n'est généralement observée.

4.9 DÉLAI MOYEN DE TRAITEMENT D'UN DOSSIER

Le délai moyen de traitement d'un dossier en 2017 était de 36 jours.

3 Le Service de Médiation pour le Consommateur ne dispose pas de la compétence pour traiter des litiges impliquant des compagnies aériennes étrangères.





5

PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES

« AVEC 934 DOSSIERS,
LA GRANDE MAJORITÉ DES PLAINTES
EN 2017 SE SITUAIT DANS LA
CATÉGORIE “ENTRETIEN
ET AMÉLIORATION DU
LOGEMENT” . »

5.1 ENTRETIEN ET RÉPARATION DU LOGEMENT

5.1.1 Exemples

Exemple 1. Pratiques commerciales déloyales

Monsieur D., qui réside à Gand, a rencontré un problème d'obstruction de certaines canalisations. Devant régler le problème en urgence, il a contacté par Internet un plombier à proximité, Plomberie P.

Toutefois, celui-ci s'est avéré ne pas être un plombier gantois, mais l'entreprise E. bruxelloise.

Avec des frais de déplacement compris de 80 €, le client s'est vu présenter une facture d'un montant total de 927,50 € après une heure de travail. À la demande expresse de l'entreprise, Monsieur D. s'est acquitté de ce montant à l'issue des travaux. Le consommateur a ensuite contesté la somme payée par e-mail, à la suite de quoi il a reçu une première fois un aperçu détaillé du prix de la part de l'entreprise.

Le client n'a reçu aucun devis au préalable, et le site Internet de la Plomberie P. ne mentionnait pas de tarifs non plus. Il estimait avoir payé trop cher l'intervention, sous la pression du plombier. Le client contestait également les frais de déplacement d'une entreprise qu'il pensait sincèrement être implantée à proximité de son domicile.

Après avoir adressé une première contestation restée sans réponse à l'entreprise, le client a tenté de trouver une solution à l'amiable par le biais du Service de Médiation pour le Consommateur. L'entreprise est restée sur sa position et a référé au bon d'intervention approuvé, au paiement effectué sur place et au fait que le prix était, selon elle, connu d'avance.

Étant donné que l'entreprise ne souhaitait pas collaborer de manière constructive, il ne pouvait pas y avoir de médiation.

Exemple 2. Non-réalisation des travaux

Madame V. a fait appel à l'entreprise D. pour le remplacement d'un dôme de toit endommagé. Lorsque l'entreprise a contacté la cliente pour l'informer que le dôme était arrivé, cette dernière a payé un acompte de 300 € (sur un montant total de 583 €) à l'entreprise,

comme cela avait été convenu entre les deux parties. L'entreprise D. n'a cependant pas livré ni installé le dôme, en dépit des nombreuses promesses faites aux rappels de Madame V.

Finalement, cette dernière a transmis la plainte au Service de Médiation pour le Consommateur, qui n'est cependant pas parvenu à faire collaborer l'entreprise D. et s'est vu dans l'obligation de clôturer le dossier par une recommandation non contraignante. L'entreprise a été appelée à prendre contact avec Madame V. afin de mettre au point une solution adéquate et correcte : une rupture du contrat avec remboursement de l'acompte ou la réalisation du contrat tel que prévu initialement, avec une réduction en conséquence de la facture finale pour le désagrément encouru par la cliente.

Exemple 3. Réalisation non conforme de travaux

Madame L. a constaté qu'un an et demi après l'installation du revêtement de toit, celui-ci présentait déjà une fissure et des imperfections. Selon elle, l'installation avait été mal effectuée. Toujours selon Madame L., le couvreur a cependant refusé de lui octroyer une garantie. Elle a donc décidé de faire réaliser une expertise par le fabricant.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a examiné le rapport d'expertise et en a conclu que l'expert avait jugé l'installation conforme, mais suggérait quelques finitions supplémentaires. Le Couvreur C. a déclaré au service de médiation qu'il souhaitait programmer une intervention moyennant le paiement du solde restant dû par le consommateur. Lors de l'intervention, il pourrait alors déterminer si cela est couvert par la « garantie » (*sic*) ou non.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a clairement indiqué aux deux parties que ce n'est pas la garantie légale, les droits et obligations contractuelles qui est de mise dans les litiges concernant l'exécution de contrats de service. Il a précisé qu'il n'avait pas pu juger de manière approfondie les aspects techniques.

Les options suivantes ont été soumises aux parties en vue d'une médiation : une réalisation des finitions telle que prévue dans le rapport d'expertise et moyennant un paiement du montant résiduel d'environ 600 € de la



facture d'un montant de 15 000 €, ou une résiliation du contrat sans réalisation des finitions par le couvreur ni paiement du montant résiduel par le client.

Les deux parties ont opté pour la deuxième solution et le dossier a donc été clôturé par un règlement à l'amiable.

5.1.2 Commentaire

Le secteur de l'entretien et de la réparation du logement est celui pour lequel le SMC a reçu le plus de plaintes en 2017. Il s'agit dans le même temps de la catégorie couvrant un énorme champ d'application, des litiges sur les chaudières de chauffage et les débouchages à ceux concernant des rénovations et problèmes de construction. Les dossiers traitent souvent de factures injustifiées, de réalisation partielle ou de non-réalisation de travaux, d'une réalisation de travaux de mauvaise qualité...

La proportion de dossiers ne pouvant pas faire l'objet d'une médiation dans cette catégorie est considérable. Premièrement, les entreprises refusent souvent de collaborer. Le service de médiation dispose alors uniquement de la version des faits telle que la lui fournit le consommateur. Cela rend l'examen approfondi du dossier et la clôture de ce dernier par un règlement à l'amiable difficiles, voire impossibles.

Même si l'entreprise collabore avec le service de médiation, il semble qu'une médiation constructive soit souvent impossible. Les entreprises renvoient en effet souvent au fait que le client a accepté le devis et/ou le bon de commande, ou la médiation se solde par un désaccord insurmontable entre les parties sur des questions techniques. Le Service de Médiation pour le Consommateur n'est cependant pas un expert technique et rencontre de nombreuses difficultés pour concilier les parties dans de tels dossiers.

5.1.3 Points d'attention pour les entreprises et les consommateurs

En cas de problèmes urgents, le service de médiation constate qu'un manque d'informations précontractuelles et d'informations préalables sérieuses constitue souvent la base du litige. Il s'agit généralement de

problèmes pour lesquels le consommateur s'attend à obtenir une solution rapide, comme le débouchage de canalisations, le dépannage en cas de problème de clé ou la réparation d'une chaudière. Le contrat est souvent réalisé par téléphone, sans qu'un devis ne soit établi ou que le consommateur ne le demande explicitement. Dans de nombreux cas, cela concerne des situations d'urgence pour le consommateur, ce qui ne le place naturellement pas dans une position de force. Si les faits se déroulent le week-end, la situation devient encore plus problématique.

Les consommateurs ont également tendance à sous-estimer la nature du problème ainsi que les efforts nécessaires en termes de temps et de matériel requis (repérage par caméra) pour remédier au problème, avec pour conséquence une facture trop élevée (selon eux).

De meilleurs renseignements sur l'importance des informations précontractuelles s'imposent.

D'une part, les tarifs pour l'intervention doivent être clairement portés à la connaissance du consommateur par l'entreprise et être acceptés par celui-ci. Les consommateurs doivent être mieux informés des risques liés à la prise d'engagements (par téléphone) sans disposer des informations tarifaires essentielles. D'autre part, les consommateurs agissent correctement en effectuant le paiement complet des travaux après avoir réalisé un contrôle approfondi et donné leur accord. Le Service de Médiation pour le Consommateur constate que la demande de paiement immédiat va souvent de pair avec une pression inappropriée exercée par le prestataire de services. Il s'agit sans hésitation de pratiques commerciales agressives qui doivent être enrayerées.

En ce qui concerne les dossiers liés à la construction, le Service de Médiation pour le Consommateur pense que **de meilleures informations sur le règlement des litiges sont indispensables**. Le consommateur doit être informé au préalable des possibilités et des limitations d'une médiation extrajudiciaire. Celle-ci sera en effet vouée à l'échec s'il n'y a pas de terrain d'entente entre les deux parties et si les opinions sont aux antipodes l'une de l'autre (surtout sur les aspects techniques).

5.2 MEUBLES

5.2.1 Exemples

Exemple 1. Erreur de livraison

Monsieur D. a commandé dix chaises en chêne de couleur pâle et rustique auprès de l'entreprise B. sur la base d'un modèle de catalogue et d'un modèle dans la salle d'exposition. Cependant, selon Monsieur D., l'entreprise B. lui a livré des chaises en bois de hêtre de couleur sombre. Au moment de la livraison, le client n'a pas constaté ces anomalies et a payé comptant. L'entreprise B. a indiqué qu'il n'avait jamais été question de chaises en chêne et que le modèle souhaité par le client n'était pas disponible dans cette variété de bois. Selon l'entreprise, le client a accepté les chaises à la livraison puis s'est plaint de la couleur. Le vendeur a proposé une recoloration des chaises sur la base d'un échantillon fourni par le client. Une chaise a été recolorée en guise de test. Toutefois, le résultat n'ayant pas donné satisfaction au client, celui-ci s'est adressé au Service de Médiation pour le Consommateur.

Le client ayant accepté immédiatement les chaises lors de la livraison sans les avoir inspectées, le service de médiation était d'avis qu'il était question d'une responsabilité partagée. Il a été proposé de recolorer les chaises sur la base d'un échantillon de couleur fourni par Monsieur D. et de partager équitablement les coûts liés à la recoloration entre les parties.

Le service de médiation n'est pas parvenu à obtenir un règlement à l'amiable entre les parties et a clôturé le dossier avec une recommandation. Le service de médiation estimait que le bon de commande n'était pas suffisamment spécifique et qu'il ne comprenait aucun détail concernant la couleur et le type de bois. Un bon de commande suffisamment détaillé aurait pu éviter ce genre de problème.

Exemple 2. Problème de garantie

Monsieur V. a acheté un canapé-lit dans le magasin de meubles G en 2010. Cinq ans plus tard, le revêtement en similicuir a commencé à s'écailler, malgré le fait que le meuble n'était que rarement utilisé et avait été décrit comme un meuble de qualité au moment de l'achat. Selon le magasin de meubles, la période

de garantie était expirée et aucune solution gratuite ne pouvait donc être proposée. Toujours selon l'entreprise, la cause du dommage ne pouvait par ailleurs plus être déterminée.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a informé le client de la législation en matière de garantie légale. Il lui a également expliqué que Monsieur V. pouvait encore faire appel à la garantie à raison des défauts cachés (art. 1641 C.C.) après expiration de la période de garantie légale. Pour pouvoir invoquer les défauts cachés, le consommateur doit prouver que le défaut existait au moment de l'achat.

Les solutions proposées par la suite sont plus limitées que le système de la garantie légale. Le consommateur peut uniquement exiger une baisse du prix ou un remboursement. Fournir la preuve du défaut caché relève toutefois de la responsabilité du consommateur. Ce dernier peut, à cet effet, envisager de faire effectuer une expertise.

Une fois cette information connue, le consommateur a décidé de mettre un terme à la procédure.

5.2.2 Commentaire

Dans la catégorie « meubles », les litiges concernant des problèmes liés à la garantie légale rassemblent le plus grand nombre de plaintes. Il s'agit très souvent de dossiers (très) techniques, ce qui rend leur médiation tout aussi difficile. Le Service de Médiation pour le Consommateur n'est pas un expert technique pour chaque dossier reçu. Il est aussi souvent très difficile d'obtenir des éléments de preuve suffisants de la part des parties impliquées. Par ailleurs, dans la plupart des dossiers, les preuves à fournir sont une fois de plus à la charge du consommateur, car le problème se manifeste après expiration des six mois après l'achat du bien, voire après l'expiration de la période de garantie légale. La tentative d'arriver à une conciliation échoue souvent et se transforme en une discussion où l'entreprise se base sur la qualité et la conformité du bien, alors que le consommateur prétend justement le contraire. La plupart du temps, les consommateurs n'ont pas conscience que de tels dossiers peuvent s'avérer très complexes et nécessiter des preuves qu'ils doivent généralement fournir eux-mêmes. En raison de l'incapacité du Service de Médiation pour



Le Consommateur a évalué en détail de nombreux cas du fait de leur technicité, il est difficile d'atteindre des règlements à l'amiable et de formuler des recommandations sensées pour les problèmes de garantie impliquant des meubles.

5.2.3 Points d'attention pour les entreprises et les consommateurs

Selon le Service de Médiation pour le Consommateur, les entreprises et les fabricants adoptent un comportement positif lorsqu'il s'agit d'informer le consommateur de manière détaillée au sujet des matériaux utilisés, de la durée de vie, du mode de traitement et de l'utilisation du produit. Quand il est question de matelas, de lits ou de fauteuils, la formation réduite de creux ou de plis sur certains matériaux n'est cependant pas à exclure après une utilisation fréquente. Certains types de cuir utilisés pour la fabrication de fauteuils sont plus sensibles à la décoloration due à la lumière du soleil et requièrent un traitement spécifique : effectuer un entretien systématique avec des produits spécifiques, déconseiller une utilisation en particulier (par exemple, ne pas s'asseoir sur un fauteuil en cuir si l'on porte un jeans), etc. Il est de la responsabilité du fabricant de **mettre à disposition des informations spécifiques au produit** ; le vendeur est quant à lui chargé de porter ces informations à la connaissance du consommateur et de les parcourir avec l'acheteur avant l'achat. Cela peut se traduire par un texte visible sur la facture, le bon de commande, etc. Pour le service de médiation, le fait que le consommateur ait pris connaissance des informations spécifiques au produit semble particulièrement pertinent.

5.3 ÉLECTRONIQUE

5.3.1 Exemples

Exemple 1. Garantie légale

Monsieur M. a acheté une tablette auprès de l'entreprise P. Dans les six mois suivant la livraison, le client a fait part d'une défaillance de l'appareil au vendeur.

Le service de réparation de l'entreprise P. a cependant décidé de ne pas procéder à la réparation ou au remplacement de la tablette, comme on aurait pu s'y attendre sous le régime de la garantie légale. Le vendeur a invoqué un dommage de la tablette dû à la pression et causé par le consommateur. Monsieur M. a soutenu qu'il avait toujours utilisé la tablette en bon père de famille et qu'il n'avait pas exercé de pression sur l'appareil. L'entreprise P. a décidé de prendre à sa charge les frais d'examen en guise de geste commercial et a rendu l'appareil non réparé au client.

Le Service de Médiation pour le Consommateur n'est pas parvenu à obtenir un règlement à l'amiable dans ce dossier. L'entreprise pouvait prouver que les dommages causés à l'appareil étaient dus à la pression, ce que le consommateur n'était pas en mesure de réfuter d'une quelconque manière. Malgré la protection supplémentaire dont le consommateur bénéficie lorsque le bien acquis présente une défaillance dans les six mois qui suivent la livraison, il repart ici les mains vides.

Exemple 2. Frais pour retour non réparé

Monsieur B. a acheté une télévision auprès de l'entreprise C. Environ un mois plus tard, l'écran affichait une ligne noire. L'appareil a été emporté par un technicien. Trois semaines plus tard, Monsieur B. était informé que la télévision ne pouvait pas être réparée sous garantie légale.

Le client devait déboursier la somme de 543,97 € pour la réparation. Afin de récupérer l'appareil non réparé, du fait du refus du devis dans cet exemple, le consommateur devait s'acquitter d'un montant de 120 €. Il s'est alors adressé au Service de Médiation pour le Consommateur. Il n'était pas d'accord quant au fait de devoir payer pour récupérer son appareil non réparé.

Le Service de Médiation pour le Consommateur n'est pas parvenu à obtenir un règlement à l'amiable entre

les parties. Dans sa recommandation, le service de médiation mentionnait ne pas pouvoir émettre de jugement de fond au sujet de l'expertise du service de réparation.

Il a cependant souligné que les frais encourus pour un retour non réparé n'étaient pas proportionnels au prix d'achat de la télévision. De plus, le service de médiation n'a pas pu trouver de preuve indiquant que le consommateur avait été informé au préalable et avait donné son accord pour la facturation de certains frais dans le cas où la garantie légale ne serait pas applicable.

Le service de médiation a par conséquent conseillé à l'entreprise C. de surveiller plus attentivement le respect de l'obligation de fournir des informations pré-contractuelles et d'informer de manière transparente le consommateur à l'avenir sur tous les frais possibles liés à une remise dans le cadre de la loi sur la garantie. En guise de solution possible, l'entreprise s'est vue proposer de laisser le choix au consommateur : soit en lui offrant le retour gratuit de l'appareil non réparé, soit en lui permettant de se débarrasser gratuitement de son appareil.

L'entreprise C. a indiqué qu'elle ne suivrait pas la recommandation du Service de Médiation pour le Consommateur. Le client B. n'ayant pas répondu au devis, ce dernier avait été considéré comme refusé. Un retour de l'appareil en l'état dans lequel le client l'avait apporté, avec les frais d'examen et de déplacement pour le compte du client, était jugé légitime par l'entreprise C.

Exemple 3. Tarification erronée

Madame W. a acheté un smartphone à l'entreprise V. au prix de 270 €. Au cours du même mois, la cliente a lu dans une brochure publicitaire d'une chaîne de magasins concurrente que l'appareil y était vendu au prix de 230 €. Madame W. a alors contacté l'entreprise V. afin d'obtenir un remboursement de la différence de prix dans le cadre de sa garantie des prix les plus bas. L'entreprise V. a répondu qu'il s'agissait d'une erreur du concurrent et que le prix indiqué dans la brochure était erroné. L'entreprise V. a transmis au service de médiation une déclaration de tarification erronée (erratum) du concurrent en guise de preuve.

Selon l'entreprise, une compensation totale de la différence de prix à la demande de Madame W. n'était pas non plus de mise. La cliente s'est néanmoins vue proposer un remboursement de 30 € en raison de la période des soldes. Madame W. a accepté ce geste commercial et le dossier a été clôturé par un règlement à l'amiable.

5.3.2 Commentaire

Dans le secteur de l'électronique, la garantie légale représente systématiquement la principale catégorie de plaintes.

La législation belge est très claire : le délai de garantie légale pour les biens de consommation est de deux ans. Concrètement, le consommateur dispose donc toujours d'une période de garantie de deux ans au cours de laquelle l'entreprise doit réparer ou remplacer gratuitement le bien qu'il a acheté. De plus, on part du principe qu'un défaut qui se manifeste dans les six premiers mois suivant l'achat était déjà présent au moment de l'achat. Si l'entreprise est cependant en mesure de prouver qu'une défaillance s'est manifestée suite à une utilisation incorrecte du consommateur, le droit de réparation ou de remplacement sans frais devient caduc.

On observe toujours une ignorance généralisée en matière de législation sur la garantie. Souvent, ni le consommateur ni l'entreprise ne connaissent le champ d'application de la règle d'antériorité. La garantie légale et la garantie commerciale sont encore trop fréquemment confondues.

Le service de médiation remarque que de très nombreux consommateurs partent trop rapidement du principe que le fait de rapporter un bien défectueux pour une réparation équivaut automatiquement à une réparation gratuite. L'étonnement de ces consommateurs est alors grand lorsqu'ils reçoivent un devis plusieurs semaines plus tard indiquant qu'une solution gratuite n'est pas applicable, car les dommages constatés ont été causés par une (mauvaise) utilisation du bien par le consommateur ou sont la conséquence de facteurs externes (oxydation ou mise sous pression, par exemple). Le consommateur a généralement le choix entre récupérer l'appareil non réparé moyennant le paiement des frais de recherche et de trans-



port, faire réparer l'appareil pour un montant qui n'est souvent pas proportionnel au prix d'achat, ou faire détruire l'appareil sans frais.

Dans plusieurs dossiers, le service de médiation a invité l'entreprise à prouver que le consommateur avait été préalablement informé des frais possibles liés au retour du bien pour réparation, mais sans succès.

Lorsqu'un achat date de moins de six mois, aucun frais ne peut être facturé pour la réparation du bien, sauf quand le vendeur peut prouver que le problème est attribuable à une utilisation inappropriée du consommateur. Après les six premiers mois, quand le consommateur prouve que le défaut était déjà présent au moment de la livraison et que le vendeur effectue ou fait réaliser une contre-expertise qui ne prouve pas le contraire, des frais ne peuvent pas non plus être facturés.

Le vendeur peut éventuellement facturer des frais lorsque l'achat remonte à plus de six mois et que le consommateur rapporte le bien sans mentionner qu'un défaut aurait déjà été présent à la livraison. Le vendeur doit alors informer clairement et de manière compréhensible le consommateur des frais qu'il pourra éventuellement facturer.

Les consommateurs sont souvent privés du droit à la garantie en raison de rapports de réparation ou d'expertise ambigus indiquant que la défaillance est attribuable à une chute ou à l'oxydation. Il s'agit là de causes résultant d'une utilisation incorrecte par le consommateur et que ce dernier peut très difficilement contester. En tant que consommateur, il est en effet difficile de prouver qu'un appareil électronique n'a pas été mis au contact de l'eau, par exemple. Il ne revient pas au consommateur de prouver le contenu des rapports d'expertise. Les entreprises restent trop vagues dans leurs rapports et n'offrent pas suffisamment la possibilité au consommateur de réfuter ces arguments.

5.3.3 Points d'attention pour les entreprises et les consommateurs

Comme indiqué précédemment, les consommateurs assument trop rapidement qu'une défaillance sera réparée gratuitement, conformément à la garantie légale. La tendance veut que l'on oublie souvent que de nombreux défauts peuvent se manifester sans donner suite à une solution telle que cela est prévu dans la législation. **Le service de médiation estime qu'il est de la responsabilité des entreprises d'informer clairement du cadre légal au moment où le consommateur souhaite rapporter un bien en vue de sa réparation, ainsi que de fournir une indication (dans la mesure du raisonnable et du possible) des coûts pour une réparation en dehors de la garantie légale ou pour un retour non réparé.** Pour éviter les discussions ultérieures, le service de médiation estime qu'il serait bon de faire signer par les deux parties un formulaire prouvant que le consommateur a pris connaissance des conditions de garantie et des frais éventuels qui y sont associés.

Le Service de Médiation pour le Consommateur insiste aussi sur le fait que les défaillances que le vendeur utilise pour pouvoir faire appel à la garantie légale doivent être très clairement décrites au préalable et interprétées au sens le plus strict lorsque le vendeur procède à une expertise. Selon le service de médiation, les dommages liés aux chutes, à la pression ou à l'eau peuvent également résulter d'un acte intentionnel ou d'une erreur grave du consommateur. **Un rapport d'expertise doit toujours être précis et intelligible afin que toutes les parties puissent clairement identifier les éléments sur lesquels s'appuient les experts.**

5.4 HABILLEMENT ET CHAUSSURES

5.4.1 Exemples

Exemple 1. Problèmes de garantie

Madame O. a acheté un soutien-gorge dans le magasin M. pour un montant de 85 €. Deux semaines après l'achat, le vêtement était complètement abîmé après avoir été lavé en machine à basse température (30°C). L'entreprise M. a transmis au service de médiation l'analyse du fabricant à qui le soutien-gorge a été envoyé. Le fabricant a indiqué que le défaut était de nature mécanique. Tout indiquait clairement que l'article s'était coincé dans une machine à laver : le revêtement de la baleine avait disparu et différentes épaisseurs de tissu étaient déchirées et avaient fondu.

Le fabricant a joint des photos du soutien-gorge endommagé en guise de preuve, ainsi qu'une photo de l'étiquette attachée au vêtement et indiquant les instructions de lavage à respecter. Cette étiquette montrait que l'article devait uniquement être lavé à la main, ou à l'aide d'un programme de lavage à la main spécial à une température maximum de 40°C.

Après réception de l'avis de l'entreprise, le Service de Médiation pour le Consommateur a informé Madame O. que l'entreprise et le fabricant avaient agi correctement, en conformité avec la garantie légale. En cas de notification de défaut dans les six premiers mois suivant l'achat, l'entreprise doit prouver que le produit était conforme au moment de l'achat. Le service de médiation a estimé que cela était bien le cas et a proposé au consommateur de clôturer le dossier.

Exemple 2. Publicité mensongère

Madame C. était intéressée par une promotion dans le magasin de vêtements O. Dans le magasin, l'action promotionnelle était présentée comme suit : « jeans de toutes les marques pour femmes 39,95 € », « 2 pour 70 € ». L'entreprise a cependant affirmé que l'action ne s'appliquait pas sur les achats de Madame C, qui a donc payé 130 € pour deux pantalons. Selon Madame C., il s'agissait d'un cas de publicité mensongère ; elle a donc introduit une plainte.

L'entreprise O. a indiqué que Madame C. avait elle-même fourni la preuve que l'action n'était absolument pas trompeuse. Il n'était en effet affiché nulle part

que tous les jeans étaient vendus au prix de 39,95 €. Néanmoins, il était fait mention que pour les jeans de toutes les marques affichant un prix de 39,95 €, il était possible d'acheter deux articles au prix de 70 €. L'entreprise a admis qu'il n'y avait temporairement pas d'action disponible à 39,95 € par article sur les jeans pour hommes. Dans tous les cas, l'affiche avec l'action promotionnelle ne proposait pas de pantalons plus chers. Madame C. a choisi des pantalons à un prix plus élevé, exposés à un autre endroit dans le magasin (où aucune pancarte ne se trouvait).

Le Service de Médiation pour le Consommateur a expliqué au consommateur qu'il n'y voyait là aucune preuve de publicité mensongère. L'entreprise n'a pas non plus reconnu de faute et ne s'est donc pas montrée disposée à faire un geste commercial.

Exemple 3. Vêtements non livrés ou livrés trop tard

Madame B. a commandé deux manteaux d'hiver sur le site Web de l'entreprise L.

Le temps de livraison prévu était de deux semaines maximum. Après deux mois d'attente et plusieurs e-mails envoyés, la cliente n'avait cependant toujours pas reçu les vêtements commandés. Madame B. souhaitait alors annuler la commande et obtenir un remboursement, ce qui semblait impossible pour l'entreprise. Dans un premier temps, le Service de Médiation pour le Consommateur n'a reçu aucune réponse de l'entreprise. Toutefois, après avoir longuement insisté, le dossier a été conclu par un règlement à l'amiable : l'entreprise L. s'est excusée auprès de la cliente pour la gêne occasionnée, a annulé la commande et a remboursé la cliente pour un montant de 110 €.

5.4.2 Commentaire

Dans cette catégorie, les dossiers traitant de la garantie légale sont également très présents. Bien qu'ils occupent une place moins importante que dans les autres catégories, le problème de base reste le même. Le consommateur juge les dommages constatés comme une erreur de fabrication, alors que l'entreprise insiste sur la conformité du vêtement et place la responsabilité du manquement sur le consommateur.



La médiation s'avère souvent très difficile dans ce type de dossiers, surtout quand aucune des deux parties ne veut faire de concession et que le service de médiation ne dispose pas d'éléments suffisants pour obtenir un règlement à l'amiable.

De très nombreux consommateurs utilisent actuellement des boutiques en ligne pour faire leurs achats. Cela permet d'acheter rapidement et facilement. En plus, le consommateur peut faire valoir le droit de rétractation de 14 jours lorsque le bien commandé ne satisfait pas aux attentes. Les achats effectués sur Internet peuvent néanmoins apporter leur lot de désagréments, de la livraison retardée au remboursement tardif ou au non-remboursement du prix d'achat après rétractation, en passant par les arnaques de boutiques en ligne malhonnêtes qui se trouvent généralement en dehors de l'Espace économique européen.

5.3.3 Points d'attention pour les entreprises et les consommateurs

Les consommateurs se doivent d'être attentifs lorsqu'ils effectuent des achats de vêtements en ligne. Il est important de pouvoir retracer l'identité et le lieu d'établissement de l'entreprise sur le site Web. En principe, le numéro d'entreprise doit également toujours être mentionné. Des conditions générales établies de manière douteuse ou manquantes peuvent indiquer qu'il s'agit d'une boutique en ligne malhonnête. **Les conseils présentés par Wikifin sur son site Web¹ pour acheter sur Internet en toute sécurité doivent toujours être pris en considération :**

- Sécurisez votre navigation sur Internet
- Préférez les sites connus
- La boutique en ligne respecte-t-elle la réglementation ?
- Vérifiez que la zone de paiement est bien sécurisée
- Avez-vous reçu un accusé de réception de votre commande ?
- Surveillez vos extraits de compte

1 Voir : <https://www.wikifin.be/fr/outils-pratiques/checklists-conseils/checklist-conseils-pour-acheter-sur-internet-en-toute-securite>

Les consommateurs ne sont pas toujours conscients du caractère malhonnête de certaines boutiques en ligne au moment d'effectuer leurs achats, et surtout pas quand le paiement s'effectue sans problème.

Les problèmes se présentent quand le consommateur reçoit soudainement une notification de l'ABACBAAN ASBL lui demandant de payer une amende pour la commande d'un produit de contrefaçon et les frais pour la destruction dudit produit, qui a été intercepté par la douane. L'ABACBAAN ASBL est une association qui a été créée à l'initiative de plusieurs titulaires de marques et qui lutte contre les produits de contrefaçon. Toutefois, le Service de Médiation pour le Consommateur défend toujours les intérêts du consommateur s'il apparaît clairement que celui-ci a agi de bonne foi.

Il est évident qu'acheter de manière inconsidérée sur des boutiques en ligne peut avoir des conséquences (judiciaires) pour le consommateur.

Le Service de Médiation pour le Consommateur souhaite donc insister sur le fait que des informations de qualité sur les achats en ligne fournies par les services publics et les organisations de consommateurs doivent rester un point d'attention.

5.5 VOITURES NEUVES, VOITURES D'OCCASION, LOCATION DE VOITURES

5.5.1 Exemples

Exemple 1. Garantie légale

Monsieur M. a acheté une voiture d'occasion auprès du garage P. pour un montant de 2 500 €. Trois mois après l'achat, le client a rencontré des problèmes avec la direction assistée de la voiture. Le client en a informé le vendeur par lettre recommandée, mais ce dernier a refusé d'effectuer la réparation dans les conditions prévues par la garantie légale.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a constaté que la facture mentionnait une garantie d'un an sur le moteur et la boîte de vitesses. Après l'envoi d'un courrier de rappel, le vendeur a réaffirmé cette mention dans sa réponse. Le garage P. a avancé comme argument que la voiture avait été livrée avec les documents de contrôle et le Car-Pass officiels. La direction assistée ne faisant pas partie des conditions de garantie décrites sur la facture, et dans la mesure où la voiture était déjà âgée et affichait un kilométrage important, il ne pouvait pas être question d'une réparation gratuite sous garantie. Le Service de Médiation pour le Consommateur ne pouvait évidemment pas être de l'avis du garage et a renvoyé ce dernier à la loi, qui est par ailleurs d'ordre public. La garantie légale est valable pour tout achat d'un bien de consommation entre un vendeur et un consommateur. Les biens de consommation visés sont des biens meubles corporels, à l'exception de l'eau, du gaz, de l'électricité, et des biens vendus sur saisie ou de quelque autre manière par autorité de justice. Il n'est aucunement question de l'existence d'exceptions pour des pièces détachées ou des produits désuets. Le délai de garantie de 2 ans peut être contractuellement limité à un minimum de 1 an pour les biens d'occasion.

Monsieur M. n'a cependant pas attendu la réponse du service de médiation et a fait réparer la voiture ailleurs. En agissant de la sorte, il a ainsi réduit à néant les droits dont il dispose, car la responsabilité du défaut de conformité revient toujours au vendeur final. Grâce à une médiation active du Service de Médiation pour le Consommateur, un règlement à l'amiable a encore pu être atteint. Les deux parties ont accepté que le

vendeur-garagiste doive effectuer un remboursement à hauteur de la moitié du montant de la facture des réparations.

Exemple 2. Garantie commerciale

Madame H. a acheté une nouvelle voiture dans le garage M. Son ancienne voiture a fait l'objet d'une reprise par ce dernier. Il a été convenu que le vendeur se chargerait aussi de la demande de la nouvelle plaque minéralogique et de la suppression de l'ancienne plaque minéralogique. Plusieurs mois après l'achat, Madame H. a reçu des frais supplémentaires sur la taxe de circulation d'un montant de 95 €. Le vendeur avait oublié de supprimer l'ancienne plaque minéralogique et était, selon la cliente, uniquement disposé à rembourser les 95 € au moyen d'un bon de réduction à faire valoir sur la prochaine facture pour contrôle. Madame H. n'était cependant pas d'accord avec cette proposition, car cela représentait tout de même un montant important.

Dans sa réponse adressée au Service de Médiation pour le Consommateur, le vendeur a indiqué qu'il avait adopté une attitude commerciale dès le début et qu'il avait proposé un bon d'achat à faire valoir librement pour le montant indiqué. Selon le garage M., Madame H. a indiqué que l'entreprise devait payer elle-même la taxe de circulation à l'instance concernée, ce qui était évidemment impossible. Après intervention du service de médiation, le vendeur s'est dit prêt à donner le montant dû en espèces à Madame H., ainsi qu'un cadeau en guise de compensation pour la gêne occasionnée.

Exemple 3. Location de voiture

Monsieur D. a loué une voiture auprès de l'entreprise de location de voitures T. L'état de la voiture a fait l'objet d'une inspection par les deux parties lors de sa remise au client. Lors du retour du véhicule, cinq jours plus tard, le garagiste a constaté qu'il y avait de légers dommages (quelques griffes) et que la voiture n'avait pas été nettoyée. Sur le document de livraison, le client a indiqué ne pas être d'accord avec les constatations faites par l'entreprise. Monsieur D. a ensuite rédigé une protestation contre la facture et les preuves (photos) avancées par l'entreprise. Les parties ont fait appel au Service de Médiation pour le Consommateur afin de réaliser un règlement extrajudiciaire de leur litige. Elles campaient cependant toutes les deux



sur leur position. L'entreprise de location de voitures continuait à faire référence aux dommages tels qu'ils avaient été constatés et signés par le locataire. Le consommateur doutait de l'authenticité des photos, qui n'auraient été prises que par la suite.

Suite aux différentes remarques des parties, le service de médiation a requis une explication de la part de l'entreprise. Il insistait pour voir la preuve que le client avait protesté les dommages constatés au moment de la restitution du véhicule, malgré l'apposition de sa signature. Le service de médiation a rappelé à l'entreprise sa responsabilité de prendre des photos au moment de la contestation et non pas deux semaines plus tard.

L'entreprise a choisi de conserver définitivement son avis, rendant impossible la résolution du litige par un règlement à l'amiable. Le consommateur a alors choisi d'interrompre la procédure auprès du Service de Médiation pour le Consommateur et d'intenter des actions en justice.

5.5.2 Commentaire

En ce qui concerne les plaintes sur les voitures, il faut souligner que la très grande majorité reste incomplète et qu'elles sont clôturées par la force des choses. Il n'est pas non plus toujours évident d'obtenir la collaboration des entreprises. Lorsqu'il y a collaboration, il n'est pas non plus évident d'atteindre un règlement à l'amiable, car la garantie légale fait souvent partie de l'objet du litige : le consommateur part du principe qu'il s'agit d'une réparation sous garantie, alors que l'entreprise affirme le contraire. En cas de discussions techniques de ce type, il est difficile pour le Service de Médiation pour le Consommateur de faire son travail de médiation. Les gestionnaires de dossier ne sont effectivement pas des experts en questions techniques. Une tentative de médiation ne peut que réussir si les deux parties acceptent de coopérer de manière constructive à la procédure.

5.5.3 Points d'attention

Des accords clairs convenus entre l'entreprise et le consommateur avant une réparation peuvent éviter les conflits ultérieurs. Un effort supplémentaire peut être fourni afin de faire prendre conscience aux

entreprises de la nécessité d'informer le consommateur de manière transparente sur la législation en matière de garantie et de demander un accord écrit indiquant qu'au moins les frais d'examen seront facturés lorsque la réparation ne peut pas être effectuée dans le système de garantie légale. S'il ressort que la réparation ne peut pas être effectuée gratuitement, le consommateur doit en être informé. Sur la base du devis convenu par les deux parties, la réparation peut ensuite être effectuée.

5.6 CENTRES DE REMISE EN FORME

5.6.1 Exemples

Exemple 1. Problèmes de résiliation d'abonnement pour cause de déménagement

Madame V. avait contracté un abonnement de 24 mois dans le club de remise en forme O. Après avoir utilisé son abonnement pendant environ six mois, Madame V. souhaitait y mettre fin pour cause de déménagement. Bien qu'elle aurait souhaité continuer à faire du sport dans ledit club, la distance entre son futur nouveau logement et le club (12 km) lui semblait trop importante comparée à celle qui séparait le club de son logement au moment de la signature du contrat (1,5 km).

Le centre de remise en forme O. voulait envisager une interruption à condition que le client présente une preuve de sa nouvelle domiciliation et que la distance entre celle-ci et le club soit supérieure à 25 km. Non satisfaite par cette proposition, Madame V. a introduit une plainte auprès du Service de Médiation pour Le Consommateur.

Dans sa réponse adressée au service de médiation, l'entreprise a réitéré sa proposition telle qu'elle l'avait formulée au client auparavant. Madame V. a répondu qu'il n'était indiqué nulle part dans les conditions générales du club que la « distance » en cas de déménagement était un critère valable pour la résiliation du contrat. La cliente a aussi insisté sur le fait qu'elle se montrait ouverte au compromis et a proposé de réduire le contrat après une année. Le club de remise en forme O. est cependant resté sur sa position, malgré le fait que le service de médiation attirait l'attention sur la proposition de compromis raisonnable de Madame V. et que la distance choisie comme critère en cas de résiliation était particulièrement arbitraire et non mentionnée dans les conditions générales.

Le service de médiation a recommandé au club de remise en forme O. de mettre un terme à l'abonnement après un an, ce qui est toutefois resté sans réponse de la part de l'entreprise. Le client a indiqué par la suite que le club de remise en forme O. n'avait pas donné de suite positive à la recommandation.

Exemple 2. Problèmes de résiliation d'abonnement pour raisons médicales

Madame L. avait acheté une carte d'un montant de 125 € pour assister à dix sessions de Pilates dans le club de remise en forme M.

Après avoir suivi un cours, la cliente a informé le club qu'elle ne pouvait plus assister aux leçons pour raisons médicales. Elle a fourni un certificat médical à l'entreprise et demandait un remboursement des séances restantes. L'entreprise ne voulait pas répondre à la demande de Madame L.

Dans sa réponse au service de médiation, elle a indiqué que les clients avaient toujours la possibilité de suivre en premier lieu un cours d'essai, ce que n'avait pas fait Madame L. Cette dernière a directement acheté une carte pour dix séances. Au moment de l'achat, la cliente a signé le formulaire d'inscription, se déclarant ainsi d'accord avec le règlement du club. Le club de remise en forme renvoyait au fait que, conformément au règlement, le client peut bloquer un abonnement en cas de maladie de longue durée ou de blessure, à condition de fournir un certificat médical valable. Les raisons médicales n'ouvrent toutefois aucun droit à une interruption et un remboursement.

Le gérant a signalé qu'une solution commerciale avait déjà été proposée. Il s'agissait d'une prolongation de la date d'expiration de la carte de dix séances, afin que la cliente puisse à nouveau suivre les cours une fois ses douleurs de dos parties. La cliente n'était néanmoins pas d'accord avec cette solution et a présenté un certificat médical sur lequel le médecin indiquait explicitement qu'elle n'était pas autorisée à suivre des cours de Pilates.

Le club de remise en forme a répondu que cela ne permettait pas non plus d'obtenir une résiliation et un remboursement. La cliente était libre de choisir d'autres cours proposés qui ne s'avéraient pas contraignants pour le dos, ou deux sessions de coaching personnel, compte tenu des limitations de la cliente.

Après une médiation active par le Service de Médiation pour Le Consommateur, il a finalement été décidé que Madame L. pouvait transmettre sa carte avec les séances restantes à une autre personne.



5.6.2 Commentaire

La majorité des plaintes adressées aux centres de remise en forme concerne des problèmes de résiliation d'abonnement. Le consommateur oubliait souvent que l'abonnement était tacitement reconduit, ne faisait pas attention aux modalités de résiliation en vigueur ou pensait qu'une maladie ou un déménagement pouvait être simplement invoqué pour résilier le contrat gratuitement.

Les centres de remise en forme renvoient toujours au fait que le client a conclu un contrat légal, a accepté les conditions générales et qu'une indemnité de rupture est donc légitime. Ils se montrent parfois même disposés à établir un compromis, même si cela n'est pas perçu de la sorte par le consommateur, car il reste souvent question d'indemnités de résiliation conséquentes ou parce que la proposition de compromis est considérée comme arbitraire.

5.6.3 Points d'attention

Souscrire un abonnement auprès d'un centre de remise en forme est souvent le résultat de bonnes intentions. De très nombreux consommateurs oublient alors qu'ils s'engagent par le biais d'un contrat légal.

Sur une période d'un à deux ans, la situation dans laquelle se trouvait le consommateur lors de la souscription peut considérablement évoluer, raison pour laquelle il peut souhaiter la résiliation de l'abonnement. Qu'il s'agisse d'une perte de motivation, d'un déménagement ou de raisons médicales, le consommateur est à chaque fois confronté à des frais de rupture.

Ce type de plainte étant régulièrement introduit auprès du service de médiation, ce dernier est d'avis qu'une sensibilisation plus poussée des consommateurs s'impose. Il est ici renvoyé au fait que les contrats sont contraignants pour les deux parties. Le Service de Médiation pour le Consommateur souhaite également encourager **l'adoption d'une attitude raisonnable de la part de tous les centres de remise en forme au sujet d'un changement de situation personnelle du consommateur**. Finalement, tous les centres de remise en forme doivent signer le code de conduite pour les centres de remise en forme, sans exception. De cette manière, celui-ci peut réellement être utilisé comme instrument par toutes les parties.

5.7 CRÈCHES

5.7.1 Exemples

Exemple 1 : Difficultés de résiliation

Madame D. a résilié unilatéralement le contrat qu'elle avait conclu avec la crèche H. pour cause de présomption d'alcoolisme du gérant et d'indications que la qualité du service fourni était, selon elle, médiocre.

Par la voix de son avocat, l'entreprise a indiqué que conformément aux conditions générales, un délai de préavis de deux mois devait être respecté en cas de résiliation. La crèche a établi un décompte final correct qui n'a jamais été payé par la cliente. L'entreprise a alors procédé à l'envoi d'une mise en demeure par lettre recommandée pour un montant de 350 € pour la période de préavis de deux mois et dont la caution avait déjà été déduite. La contrepartie estimait les faits d'alcoolisme et de négligence reprochés au gérant de la crèche comme non fondés et donc fantaisistes.

Le service de médiation a rencontré de nombreuses difficultés pour effectuer une médiation dans ce dossier à charge émotionnelle, et s'est vu contraint de le clôturer par une recommandation. Les points de vue des deux parties apparaissaient inconciliables. De plus, le Service de Médiation pour le Consommateur était d'avis que l'élément de base utilisé par les parents pour la rupture de contrat n'était pas justifié et que les conditions de préavis du contrat étaient donc d'application. Le service de médiation a jugé l'indemnité de préavis demandée comme raisonnable.

Exemple 2 : Difficultés de résiliation

Madame V. était intéressée par la réservation d'une place d'accueil auprès d'une assistante maternelle/d'un membre de la famille. Comme plus aucune place n'était disponible, elle a réservé une place dans la crèche D. et a payé un acompte de 150 €. La réservation a été effectuée pendant les vacances d'été 2016 pour une date de début aux vacances d'été 2017. Quelques mois après avoir signé le contrat, Madame V. a appris qu'une place s'était libérée auprès d'un membre de sa famille. Elle a alors décidé de résilier le contrat avec la crèche D. six mois avant l'entrée en vigueur dudit contrat. Madame V. espérait un remboursement de la caution, mais a appris avec mécontentement que la caution était retenue et qu'elle devait aussi payer une

indemnité de résiliation de trois mois. Le montant total de l'indemnité s'élevait à 1 050 € environ.

Dans sa réponse adressée au Service de Médiation pour le Consommateur, l'entreprise a réitéré sa position en indiquant que les contrats étaient contraignants pour les deux parties. La cliente s'est cependant vue proposer le paiement de la moitié de l'indemnité de résiliation, réglable en plusieurs fois.

L'entreprise estimait avoir fait ainsi une proposition très raisonnable.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a renvoyé la crèche D. à une clause illégale dans le contrat. Une indemnisation du consommateur y était demandée lorsque celui-ci viendrait à ne pas respecter ses obligations. En revanche, il n'était mentionné nulle part que le consommateur aurait droit à une indemnisation équivalente lorsque l'entreprise viendrait à ne pas respecter ses obligations.

Le service de médiation a exhorté la crèche D. à faire preuve de plus de bon sens : le consommateur a résilié le contrat six mois avant son entrée en vigueur, ce qui permettait à l'entreprise de trouver un remplacement pour la place ainsi libérée. Le Service de Médiation pour le Consommateur a proposé de demander uniquement un tiers du montant de l'indemnité de résiliation totale originale, soit environ 450 €, caution retenue comprise. Les deux parties ont accepté cette proposition.

5.7.2 Commentaire

Les dossiers impliquant des crèches sont souvent chargés d'émotions et prennent souvent de très grandes proportions. Pour différentes raisons, des parents souhaitent rompre leur contrat avec des crèches. En fonction de la situation, la demande de paiement d'une indemnité de rupture est légitime, un fait que le service de médiation ne manque pas de souligner.

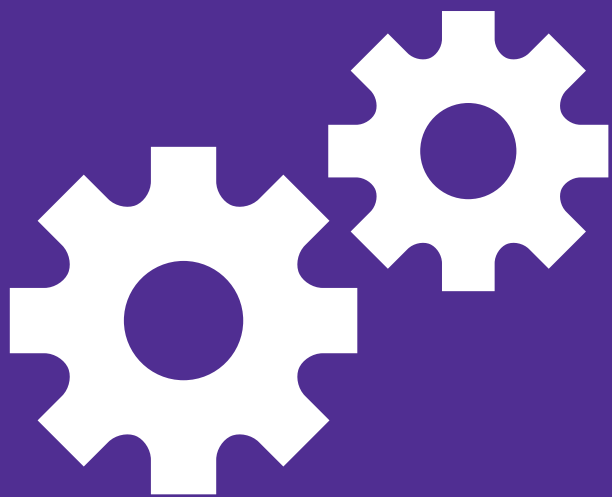
Force est de constater que de très nombreuses conditions générales de crèches ne sont pas établies distinctement, ou qu'elles contiennent une inégalité structurelle au niveau des droits et des obligations des deux parties. Généralement, obtenir la collaboration des crèches se passe correctement, sauf s'il y a des in-

dications qu'elles ont interrompu (ou vont interrompre dans un avenir proche) leurs activités.

5.7.3 Points d'attention

La qualité des conditions générales des crèches laissant souvent à désirer, le Service de Médiation pour le Consommateur plaide pour que cela devienne un point d'attention lors de l'accréditation des crèches et que l'assistance et l'accompagnement nécessaires y soient prévus. Des documents standard devraient donc aussi être prévus.





« UNE MEILLEURE INFORMATION
DES ENTREPRISES ET DES
CONSOMMATEURS SUR
L'IMPORTANCE DE L'INFORMATION
PRÉCONTRACTUELLE EST
NÉCESSAIRE. »



POINTS D'ATTENTION

Le Service de Médiation pour le Consommateur forme la clé de voûte du règlement extrajudiciaire des litiges pour les consommateurs en Belgique. En effet, tout litige entre un consommateur et une entreprise installée ou active en Belgique peut être réglé par voie extrajudiciaire.

Si un consommateur ne peut pas s'adresser à une entité sectorielle qualifiée en cas de problème, il peut toujours faire appel au dispositif du Service de Médiation pour le Consommateur, qui dispose des compétences pour traiter tous les litiges de consommation résiduels. Chaque consommateur se voit ainsi proposer la possibilité de régler son litige rapidement, facilement et à moindre coût. Au cours de sa brève existence, le Service de Médiation pour le Consommateur s'est déjà prouvé suffisamment utile et nécessaire avec le traitement de presque 10 000 dossiers l'année dernière.

Des points sensibles et des points à améliorer restent tout de même d'actualité. Cela concerne aussi bien des recommandations que des remarques formulées aux différentes parties prenantes et parties qui sont en contact avec le SMC dans le but d'améliorer la prestation de service et d'aider encore mieux les consommateurs et les entreprises.

6.1 PERCEPTION ET COLLABORATION

Le Service de Médiation pour le Consommateur peut uniquement être vraiment utile si les parties impliquées veulent collaborer de manière constructive au cours de la procédure. Le Service de Médiation pour le Consommateur est une entité qualifiée reconnue par le SPF Économie et qui a pour mission de proposer une procédure indépendante, impartiale, transparente, efficace, rapide et équitable.

Le SMC constate cependant que certaines entreprises refusent de collaborer. Nous sommes régulièrement confrontés à cette attitude de la part des entreprises, qu'il s'agisse de grandes multinationales ou de petits indépendants. Les entreprises doivent souvent être activement convaincues de la plus-value apportée par la médiation et l'impartialité du Service de Médiation pour le Consommateur. La perception par le consommateur du service fourni par le SMC est aussi parfois erronée. Le Service de Médiation pour le Consommateur n'est pas l'avocat du consommateur. **Nous examinons chaque dossier en toute impartialité** et essayons d'obtenir une solution pour un litige de consommation, plutôt que de faire le maximum pour obtenir une solution favorable au consommateur. L'objectif est d'obtenir à chaque fois un règlement à l'amiable. Si cela n'est pas possible et que l'entreprise semble avoir correctement traité le dossier, nous l'indiquerons aussi dans une recommandation.

Une médiation réussie n'est possible qu'avec la collaboration constructive des différentes parties. Il est essentiel que les deux parties soient au préalable motivées pour aboutir à une solution et, le cas échéant, prêtes à faire des compromis pour y parvenir. Un règlement extrajudiciaire des litiges 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 les petites frustrations, ce qui améliorera toujours la confiance entre les parties.

6.2 EXPERTISE

Le Service de Médiation pour le Consommateur ne peut pas être expert dans chaque domaine où des litiges de consommation se présentent. S'il prend en charge les litiges résiduels, c'est-à-dire les litiges de consommation pour lesquels il n'existe pas d'entité qualifiée, les connaissances du SMC 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 a raison. Il s'agit ici souvent de matières très techniques où seuls des experts peuvent se prononcer.

Bien que le livre XVI CDE permette au Service de Médiation pour le Consommateur de se faire assister par des experts, cette possibilité n'est jamais utilisée dans la pratique. Le SMC ne dispose pas d'un budget permettant de 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 de respecter le rapport d'expertise de celui-ci. Ainsi, nous espérons que les parties pourront être dirigées vers un règlement extrajudiciaire du litige.

6.3 PROBLÈMES DANS DES SECTEURS SPÉCIFIQUES

6.3.1 Compagnies aériennes

La collaboration des compagnies aériennes est médiocre. Soit toute forme de collaboration est exclue, soit l'attitude de la compagnie est tout sauf constructive. Il s'avère par conséquent très difficile d'effectuer la médiation de ces dossiers. Les consommateurs disposent pourtant d'une protection légale solide. Quand les droits auxquels ils font appel ne sont pas



reconnus et que les dédommagements auxquels ils ont droit ne sont pas payés, cette protection semble dénuée de sens.

Le Service de Médiation pour le Consommateur n'ignore pas les arguments avancés par les compagnies aériennes lorsque celles-ci font appel à la force majeure (comme lorsqu'un bagagiste annonce subitement une grève), mais il demande un minimum de collaboration et au moins une réponse à nos courriers. Il est insensé que les compagnies aériennes rejettent les plaintes de consommateurs comme dommages collatéraux, alors que des solutions à l'amiable pourraient être trouvées en fournissant un minimum d'effort.

6.3.2 Secteur du meuble

En 2017, le secteur du meuble a reçu de très nombreuses plaintes. Ces dossiers sont très souvent complexes. Le consommateur se plaint d'un défaut et le vendeur le conteste. C'est donc la parole du consommateur contre celle du vendeur. Comme indiqué précédemment, les collaborateurs du Service de Médiation pour le Consommateur ne sont pas des experts techniques dans toutes les questions auxquelles ils sont confrontés. Il arrive souvent que nous ne puissions pas non plus prendre position lorsqu'un règlement à l'amiable apparaît impossible.

Le Service de Médiation pour le Consommateur demande par conséquent au secteur de **faire preuve de plus de transparence concernant les informations précontractuelles**. Fournir des informations claires sur la qualité des matériaux, la durée de vie escomptée, les produits à utiliser, le mode de traitement, la composition précise des produits et les particularités liées à l'utilisation et la manipulation pourrait permettre d'éviter de nombreux problèmes.

Nous appelons aussi l'ensemble du secteur à collaborer de manière constructive avec le SMC.

6.3.3 Crèches

Les dossiers contre les crèches sont des dossiers qualifiés d'émotionnels, évidemment parce qu'ils concernent des bébés et des enfants. Ces dossiers vont souvent de pair avec une perte de confiance du consommateur envers la crèche, l'assistante mater-

nelle ou la halte-garderie. Le Service de Médiation pour le Consommateur ne se prononce cependant pas sur la qualité du service ou sur le système de congés et d'absences mis en place par la crèche. Ces compétences sont attribuées à d'autres instances.

Si le litige est simplement de nature contractuelle, le SMC dispose alors de la compétence nécessaire. En effet, ces dossiers concernent très souvent la résiliation prématurée d'un contrat, la période de préavis et la perte de la caution par le consommateur.

La qualité des conditions générales des crèches laissant souvent à désirer, le Service de Médiation pour le Consommateur plaide pour que cela devienne un point d'attention lors de l'accréditation des crèches et que l'assistance et l'accompagnement nécessaires y soient prévus. Des documents standard pourraient éventuellement être établis.

6.3.3 Mauvais élèves

Des secteurs renvoient souvent une image négative due à la position répréhensible de quelques grandes entreprises ou aux pratiques douteuses de certaines chaînes. Non seulement le Service de Médiation pour le Consommateur reçoit plus de plaintes adressées aux grandes entreprises, mais l'attitude de ces dernières se veut aussi régulièrement non constructive. Cela porte atteinte à la confiance accordée dans tout le secteur.

Bien qu'elles ne soient pas souvent en règle avec la législation en vigueur, les PME font souvent preuve de bonne foi et sont même disposées à rechercher un règlement à l'amiable pour un litige de consommation. Les plus grandes entreprises considèrent les litiges de consommation comme des dommages collatéraux et ne sont pas prêtes à investir dans le règlement extrajudiciaire des litiges.

Alors que les bons élèves de la classe se rassemblent en une entité qualifiée, les mauvais élèves, qui sont souvent ceux qui cassent les prix dans leur secteur, continuent à relever de la compétence du Service de Médiation pour le Consommateur. Comme déjà indiqué, nous ne disposons pas de l'expertise d'une entité qualifiée sectorielle.

6.4 COMPÉTENCES DES ENTITÉS QUALIFIÉES

La première compétence du Service de Médiation pour le Consommateur 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. Avez-vous un problème avec...

- Votre opérateur ?
→ Service de Médiation pour les télécommunications
- Votre fournisseur d'énergie ?
→ Service de Médiation pour l'énergie
- Votre institution financière ?
→ Ombudsfin
- Votre assureur, courtier ou agent ?
→ Ombudsman pour les Assurances
- Un opérateur postal ou une société de courtiers ?
→ 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. Le Service de Médiation pour le Consommateur sait exactement à qui il faut s'adresser. 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 €.

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 € par partie et uniquement pour ce qui est de la vente de voitures (neuves) et de 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, finalement, aussi pour la confiance du consommateur dans le secteur.





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