

RAPPORT

Service de médiation

ANNUEL

pour le consommateur

2018



Service de Médiation
pour Le Consommateur

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	4	5. PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES	28
Chiffres clés	6	5.1 Services relatifs à l'entretien et la réparation du logement	29
2. MISSION ET FONCTIONNEMENT	8	5.2 Biens TIC	30
2.1 À propos du Service de Médiation pour le Consommateur	8	5.3 Animaux domestiques	32
2.2 Composition et personnel	9	5.4 Crèches	33
2.3 Activités externes	10	5.5 Aéronautique	34
2.4 Procédure du SMC : dossiers résiduaire	11	5.6 Transport	35
L'ÉQUIPE SMC	13	6. POINTS D'ATTENTION	38
3. BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR	14	6.1 Perception et collaboration	39
3.1 Budget des dépenses 2018	15	6.2 Compétences des entités qualifiées	39
3.2 Budget et réalisations de 2019	15	6.3 Coopération et suivi	40
3.3 Personnel	15		
4. STATISTIQUES	16		
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 2018	24		
4.7 Top catégories 2018	25		
4.8 Top 10 entreprises	26		
4.9 Délai moyen de traitement d'un dossier	26		





Service de Médiation
pour Le Consommateur

« LE SMC A TRAITÉ
9018 DOSSIERS EN 2018.
SOIT UNE DIMINUTION DE PLUS
DE 500 DOSSIERS PAR RAPPORT À
L'AN DERNIER. ET C'EST UNE
BONNE NOUVELLE ! »

1

INTRODUCTION

Modification rapport annuel:

Alain, Besa, Christine, Dalia, Hind, Olivier, Peter,
Pieter-Jan, Rudy, Sara et Silke

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 9018 dossiers en 2018. Soit une diminution de plus de 500 dossiers par rapport à l'an dernier. Et c'est une bonne nouvelle ! En effet, une optimisation poussée de la procédure a permis de faire parvenir directement 685 dossiers aux services compétents, sans devoir passer par le Service de Médiation pour le Consommateur (ci-après également dénommé : SMC). Concernant les dossiers pour lesquels le SMC a dû intervenir, un accord à l'amiable entre les parties a pu être trouvé dans 55 % des cas. Soit une augmentation de 7 pourcent par rapport à 2017. Le Service de Médiation pour le Consommateur a clairement progressé.

Il apparaît que ce service est facilement accessible aux consommateurs ainsi qu'aux entreprises. Le SMC constitue 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.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 9018 dossiers, dont 3013 ont pu être redirigés vers d'autres entités, et 1115 ont pu être traités sous la forme de question écrite. Enfin, 54 % des dossiers entrants concernaient des litiges résiduels sur lesquels les gestionnaires de dossiers du SMC ont pu se pencher. Finalement, 1308 dossiers ou 55 % de dossiers résiduels recevables ont été clôturés avec un accord à l'amiable.

À nouveau, nombre de dossiers résiduels étaient incomplets et donc irrecevables. Cette tendance s'est également poursuivie en 2018. C'est pourquoi il a été décidé en 2019 de mener une enquête sur ce phénomène, en collaboration avec l'Erasmus Universiteit Rotterdam. Les résultats sont attendus dans le courant de 2019 et nous espérons qu'ils apporteront une image claire de la raison pour laquelle tant de consommateurs ne complètent pas leur dossier. Des mesures pourront alors être prises sur la base de ces résultats.

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. Le Service de Médiation pour le Consommateur suit les évolutions de près et entend attirer l'attention sur ces problèmes par l'intermédiaire du présent rapport annuel. Pour chaque secteur, nous formulons aussi des recommandations que nous adressons tant aux entreprises qu'aux consommateurs.

Le Service de Médiation pour le Consommateur n'intervient pas uniquement pour les litiges individuels entre les entreprises et les consommateurs. En qualité de service de médiation, nous savons pertinemment bien quelles sont les frustrations des consommateurs belges et quelles infractions à la réglementation économique sont commises de manière (trop) récurrente. Les recommandations du Service de Médiation pour le Consommateur sont dès lors précieuses, et méritent d'être suivies scrupuleusement. Ces recommandations sont formulées aux instances compétentes dans l'objectif de juguler les infractions récurrentes qui sont toujours commises et dont sont trop souvent victimes les consommateurs. Le SMC ne manque pas de notifier ces dossiers à la Direction Générale de l'Inspection Economique du SPF Economie afin qu'ils puissent assurer le suivi et le respect des réglementations économiques. En tant que service de médiation, nous suggérons de limiter la présence en ligne de telles entreprises malhonnêtes. Nous y revenons dans le rapport annuel.

Nous vous souhaitons une très agréable lecture et beaucoup d'inspiration !



Françoise Sweerts
Présidente
du Comité de direction



Katelijne Exelmans
Vice-présidente
du Comité de direction

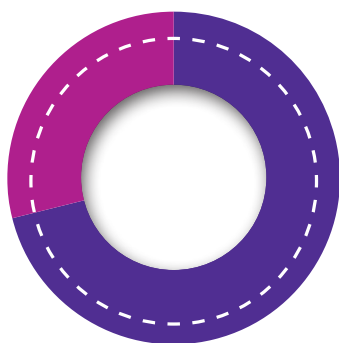
CHIFFRES CLÉS

9018

dossiers traités en 2018

Dossiers en français

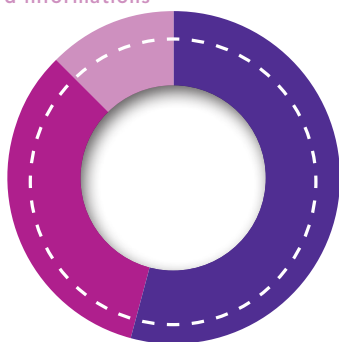
29%



71%
Dossiers
en néerlandais

Demandes d'informations

12%



Autres
dossiers
34%

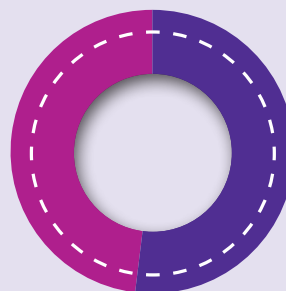
54%
Dossiers
résiduaire

4890

dossiers résiduaire

Dossiers irrecevables

48%



52%
Dossiers
recevables

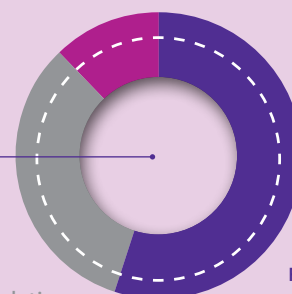
MOTIFS D'IRRECEVABILITÉ	TOTAL
Plainte anonyme	72
SMC seul en copie	69
Le plaignant n'a pas encore pris contact avec l'entreprise	51
Pas de litige de consommation résiduaire	48
Faillite de l'entreprise	76
Plainte incomplète	1938
Plainte vexatoire	1
A déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire	38
Plainte infondée	3
Plainte dont les faits datent de plus d'un an	30
Le dossier a déjà été traité par une entité qualifiée	26
Total	2352

2379

dossiers résiduaire clôturés

Plainte interrompue

12%



33%
Recommandation

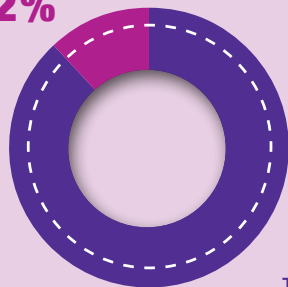
55%
Règlement à
l'amiable

3013

autres dossiers

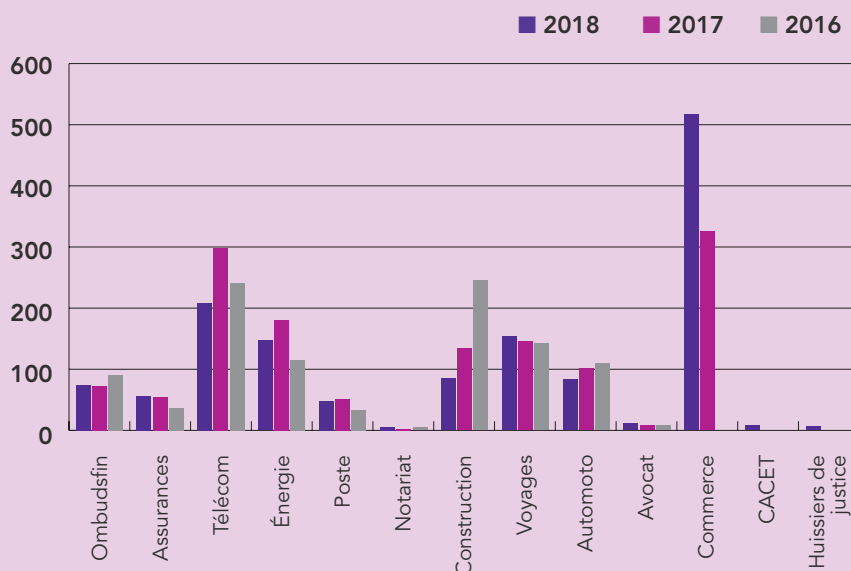
Hors compétence

12%



88%

Transférés



Top 10

catégories

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Défaut, dommages causés	769
2	Non livré/non fourni	620
3	Garantie légale non attribuée	553
4	Ne satisfait pas à la commande	285
5	Facture injustifiée	284
6	Résiliation du contrat	206
7	Livré/fourni partiellement	191
8	Défaut d'information	164
9	Facture erronée	157
10	Changement de prix/tarif	154

Top 10

secteurs

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Services relatifs à l'entretien et la réparation du logement	759
2	Meubles et décoration	367
3	Biens TIC (technologie de l'information et de la communication)	280
4	Marchandises relatives à l'entretien et à la réparation du logement	275
5	Compagnies aériennes	265
6	Habillement et chaussures	257
7	Gros appareils électroménagers (aspirateurs et micro-ondes compris)	233
8	Électronique (non TIC ou récréatif)	182
9	Services en lien avec les sports et les loisirs	143
10	Entretien et réparation de véhicules et autres modes de transport	102





2

MISSION ET FONCTIONNEMENT

2.1 À PROPOS DU 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

.....

1 Art. XVI.6 CDE

« UN POINT DE CONTACT QUI
ORIENTE LES CONSOMMATEURS ET
LES ENTREPRISES EST ABSOLUMENT
UTILE ET NÉCESSAIRE. »

compétente dans le traitement d'un dossier, le SMC se chargera de le 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 consiste donc à **informer les consommateurs et les entreprises** de leurs droits et obligations, en particulier au sujet de la possibilité de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. En plus d'être considérable, cette tâche revêt une importance majeure. Le Service de Médiation pour le Consommateur veut agir en tant que guichet unique pour les consommateurs et les entreprises pour toutes les questions relatives aux REL³. 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 conciliation sont compétentes en la matière, alors que certains autres secteurs encore font appel à des commissions de litiges. De plus, les compétences de ces différents services ne sont pas toujours univoques. **Un point de contact qui guide les consommateurs et les entreprises dans le domaine des REL et capable d'immédiatement orienter les parties vers le service compétent est donc absolument utile et nécessaire.**

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

2 Art. XVI.15, §2 CDE

3 Règlement Extrajudiciaire des Litiges

4 Art. I.19, 2° CDE

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. Dans ce cas, le SMC ne juge pas de la recevabilité de la plainte et laisse au service auquel il renvoie le soin de statuer lui-même sur la recevabilité de celle-ci. 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 qui 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.

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.

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 résiduels** (cf. ci-dessous).

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

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>

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

Un représentant du ministre de l'Économie et un représentant du ministre du Budget siègent également 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.

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 2018, quinze 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 (Ombudsfm)
- 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 germanophones
- L'Ombudsman du Commerce
- La Commission d'Arbitrage Consommateurs et Entreprises de l'Entretien du Textile (CACET)
- L'Ombudsman des Huissiers de justice

Des concertations ont lieu à intervalles réguliers entre le Service de Médiation pour le Consommateur et une ou plusieurs entité(s) qualifiée(s) ou entité(s) qualifiée(s) candidate(s). Afin de comprendre encore mieux le fonctionnement des différentes entités qualifiées ainsi que la reconnaissance et le contrôle de ces entités, le SMC a également organisé en 2018 une table ronde en collaboration avec le SPF Économie.

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 l'éventualité 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

Les dossiers qui ne peuvent être transmis à une autre entité qualifiée sont des dossiers résiduels, ils sont traités par le SMC lui-même. 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 consommateur 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 le dossier comme 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 dossiers dispose de **90 jours ouvrables pour clôturer le dossier**. Dans une première phase, le dossier est transmis à l'entreprise, de la part de laquelle une réaction est attendue. Cette réponse est ensuite transmise au consommateur, qui en discute avec son gestionnaire de dossiers. Le traitement des dossiers se déroule par e-mail et par téléphone, exceptionnellement par courrier. 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 dossiers 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. Ce prolongement doit être motivé 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 dossiers fait part de cet accord une fois de plus par écrit aux deux parties et clôture 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 du dossier.

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 consommateur 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 consommateur peut toujours **mettre un terme** à la procédure.





L'ÉQUIPE





3

BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

« EN 2018, LE BUDGET ESTIMÉ
ÉTAIT DE 847 787 €. LA CONTRIBUTION LA PLUS
IMPORTANTE PROVIENT
DES OMBUDSMANS
SECTORIELS. »

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° 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 ET RÉALISATIONS DE 2018

3.1.1 Budget des recettes 2018

Pour 2018, le financement estimé du budget à concurrence de 847 787 € se composait des éléments suivants :

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

3.1.2 Budget des dépenses 2018

Le budget des dépenses en 2018 était de 847 787 €, répartis comme suit :

- Dépenses pour le personnel 620 000 €
- Dépenses pour le fonctionnement 24 277 €
- Dépenses en capital 3 510 €

3.1 BUDGET ET RÉALISATIONS DE 2019

3.2.1 Budget des recettes 2019

Le budget des recettes établi pour l'ensemble de l'année 2019 s'élève à 861 795 €, répartis comme suit :

- Contribution des services de médiation sectoriels 486 095 €
- Contribution des Autorités publiques fédérales 344 000 €
- Contribution des entreprises sans entité qualifiée 31 700 €

3.2.2 Budget des dépenses 2019

Le budget des dépenses pour 2019 est de 861 795 €, répartis comme suit :

- Dépenses pour le personnel 625 000 €
- Dépenses pour le fonctionnement 229 795 €
- Dépenses en capital 6 500 €

3.3 PERSONNEL

Au 01/04/2019, le personnel du Service de Médiation pour le Consommateur est composé comme suit :

- 1 manager opérationnel
- 1 manager administratif
- 1 SPOC TIC
- 6 gestionnaires de dossier
- 2 agents d'accueil





4

STATISTIQUES

« UN ACCORD À L'AMIABLE
ENTRE LES PARTIES A PU ÊTRE
TROUVÉ DANS 55 % DES CAS.
SOIT UNE AUGMENTATION
DE 7 %. »

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 dossiers se chargent de la médiation des litiges de consommation résiduaire.

4.1 NOUVEAUX DOSSIERS

4.1.1 Nombre total de dossiers introduits en 2018

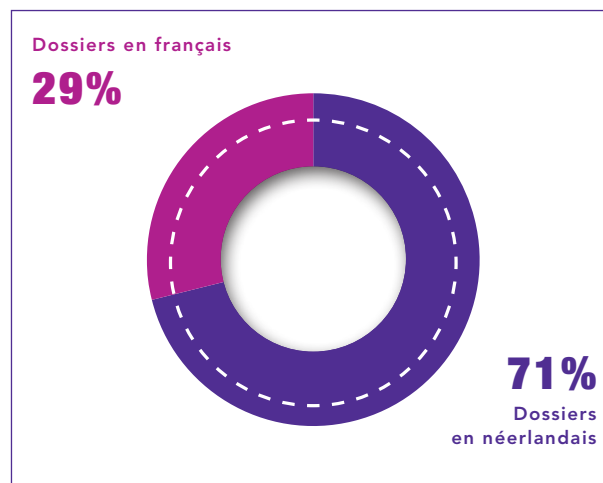
a. Statistique

Dossiers	2018	2017	2016
NL	6379	6700	4880
FR	2639	2874	2225
Total	9018	9574	7105

b. Commentaire

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 9018 dossiers en 2018. Une répartition linguistique montre que 6379 dossiers (71 %) ont été enregistrés en néerlandais contre 2638 (29 %) 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 dossiers francophones et sont donc repris dans cette statistique. Les dossiers en anglais ont quant à eux été traités par les gestionnaires de dossiers néerlandophones, ils font partie de la statistique de ce groupe linguistique.

Le nombre total de dossiers traités a légèrement augmenté par rapport à l'année civile précédente. En 2017, 9574 dossiers ont été traités. Soit une différence de 556 dossiers. Cette diminution s'explique par une nouvelle procédure pour l'envoi de dossiers via le Point de Contact du SPF Économie, où les dossiers transfrontaliers sont immédiatement envoyés au Centre Européen des Consommateurs sans passer par le SMC d'abord.



c. Répartition

	2018	2017	2016
Dossiers résiduaire	4890	5053	4342
Autres dossiers	3013	3677	2763
Demandes d'informations	1115	844	174

d. Commentaire

Plus de la moitié des dossiers reçus relèvent de la compétence résiduaire du Service de Médiation pour le Consommateur. Ils ne peuvent donc pas être transférés vers une autre entité qualifiée. Un tiers des dossiers reçus sont des dossiers ne relevant pas de la compétence résiduaire 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 1115 demandes d'informations par écrit.

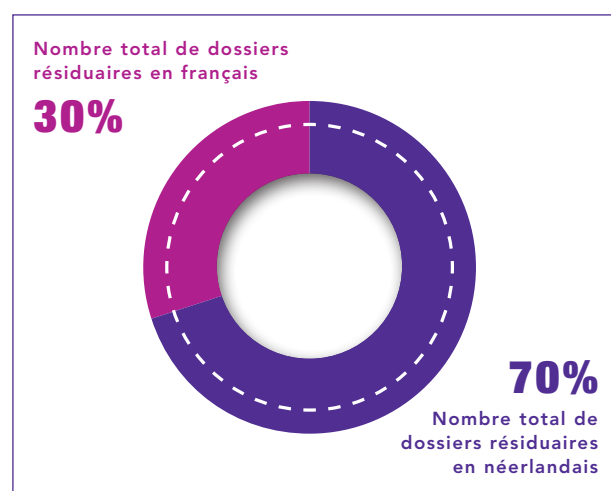
9018

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 9018 dossiers en 2018.

4.1.2 Nombre total de dossiers résiduaire introduits en 2018

a. Statistique

Dossiers résiduaire	Total 2018	Total 2017	Total 2016
NL	3411	3399	2880
FR	1479	1654	1462
Total	4890	5053	4342



b. Commentaire

Les dossiers 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. 70 % des dossiers résiduaire introduits l'étaient en néerlandais, 30 % l'étaient en français.

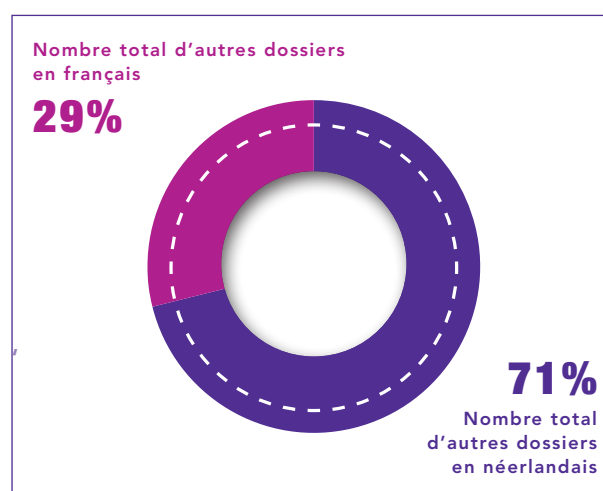
En moyenne, 408 dossiers résiduaire ont été introduits par mois en 2018.

L'on constate une légère diminution du nombre de dossiers résiduaire par rapport à 2017. Cette baisse est due à une nouvelle entité qualifiée qui a vu le jour en 2018, mais surtout à l'ombudsman pour le commerce, qui gagne en notoriété et réunit un nombre toujours croissant de commerçants, si bien que nous renvoyons plus de dossiers et en traitons moins nous-mêmes.

4.1.3 Nombre total de dossiers ne ressortissant pas de la compétence du SMC

a. Statistique

Autres dossier	Total 2018	Total 2017	Total 2016
NL	2135	2516	2000
FR	878	1161	763
Total	3013	3677	2763



b. Commentaire

Le SMC a également traité 3013 dossiers en 2018 qui ne ressortaient pas de sa compétence. Il s'agissait de dossiers qui relevaient de la compétence exclusive d'une autre entité. 71 % étaient des dossiers en néerlandais et 29 % en français.

Soit une nette diminution par rapport à 2017. Comme indiqué plus haut, cette diminution est due à une procédure interne auprès du Point de Contact du SPF Économie. Auparavant, tous les dossiers de médiation qui parvenaient au Point de Contact étaient d'abord transmis au SMC, qui les renvoyait ensuite aux entités qualifiées compétentes. Dans certains cas, les dossiers relatifs à des litiges transfrontaliers sont désormais directement transmis au Centre Européen des Consommateurs (CEC). Cette procédure est plus rapide et plus simple pour toutes les parties.

4.1.4 Nombre total de demandes d'informations traitées

a. Statistique

Demandses d'informations	Total 2018	Total 2017	Total 2016
NL	833	733	104
FR	282	111	70
Total	1115	844	174

b. Commentaire

Le SMC a répondu à 1115 demandes d'informations par écrit. Un nombre significatif de ces demandes d'informations était en néerlandais.

La première mission du SMC consiste à informer les consommateurs et les entreprises de leurs droits et obligations, en particulier des possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. Fournir des informations ciblées et de qualité contribue à l'amélioration des connaissances générales sur les droits et obligations des consommateurs.

Le SMC a reçu 3803 appels téléphoniques en 2018. La majorité de ces appels concernait des demandes d'informations.

98%

dossiers sont parvenus au SMC en 2018 via un canal numérique.

4.2 COMMUNICATIEMIDDEL

a. Statistique

Moyen de communication	Total 2018	Total 2017	Total 2016
Lettre	172	196	137
E-mail	2607	2403	1551
Fax	8	13	39
Site Web	4216	3217	2096
Belmed	75	44	50
Visite	29	29	39
SPF Économie	1907	3661	3193
ODR	4	11	-
	9018	9574	7105

b. Commentaire

Le SMC est joignable via une large palette de 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. Des dossiers 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. Presque 98 % des dossiers nous sont transmis par voie numérique.

Deux éléments ressortent clairement de la comparaison avec les statistiques de 2017. Tout d'abord, une nette diminution du nombre de dossiers qui nous ont été transmis via le SPF Économie, à savoir les dossiers qui nous ont été envoyés via le Point de contact du SPF Économie. L'adaptation de la procédure au sein du Point de contact a permis l'envoi direct au CEC des dossiers transfrontaliers pour les scénarios les plus

courants. Auparavant, ces dossiers passaient d'abord par le SMC (cf. ci-dessus).

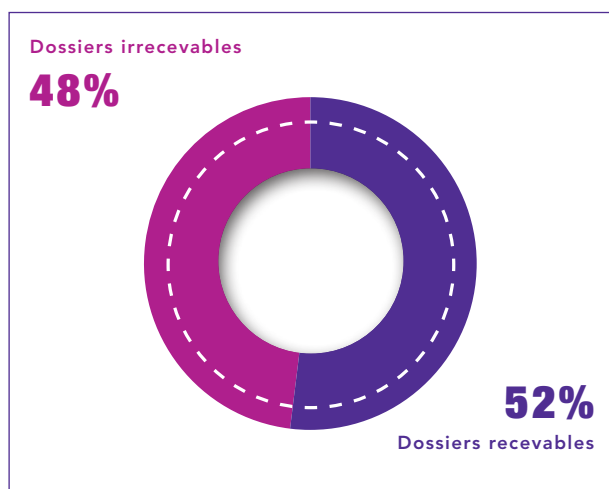
Ensuite, nous avons reçu près de 1000 dossiers supplémentaires à traiter qui nous ont été soumis via le formulaire de plainte de notre site Web. Une preuve, selon nous, que le Service de Médiation pour le Consommateur gagne en notoriété auprès des consommateurs. Ils introduisent dès lors directement une plainte auprès de nous, plutôt que de passer par une tierce partie (comme le point de contact, par exemple). Cette évolution est louable car le formulaire de plainte représente le canal le plus efficace pour les collaborateurs du SMC.

4.3 DOSSIERS RÉSIDUAIRES

4.3.1 Dossiers recevables versus dossiers irrecevables

a. Statistique

	Total 2018	Total 2017	Total 2016
Dossiers recevables	2542	2581	2838
Dossiers irrecevables	2352	2472	1504
Total	4890	5053	4342



b. Commentaire

Sur les 4890 dossiers résiduaire reçus par le SMC en 2018, 48 % sont irrecevables. La ventilation selon les motifs d'irrecevabilité se trouve dans la statistique suivante.

4.3.2 Motifs d'irrecevabilité

a. Statistique

	Total 2018	Total 2017	Total 2016
Plainte anonyme	72	147	61
SMC seul en copie	69	-	-
Le plaignant n'a pas encore pris contact avec l'entreprise	51	74	-
Pas de litige de consommation résiduaire	48	212	70
Faillite de l'entreprise	76	50	64
Plainte incomplète	1938	1918	1231
Plainte vexatoire	1	8	-
A déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire	38	48	51
Plainte infondée	3	-	-
Plainte dont les faits datent de plus d'un an	30	5	8
Le dossier a déjà été traité par une entité qualifiée	26	10	19
Total	2352	2472	1504

b. Commentaire

La principale raison pour laquelle les dossiers sont déclarés irrecevables est due au fait qu'ils sont 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 selon laquelle le consommateur a lui-même tenté de régler le litige avec l'entreprise, 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 inexplicables. C'est pourquoi le SMC a lancé une enquête en collaboration avec l'Erasmus Universiteit de Rotterdam. Tous les consommateurs qui ont introduit un dossier en 2018 auprès du SMC sans l'avoir complété ont été invités à remplir un bref questionnaire. Les résultats de cette étude sont attendus dans le courant de 2019.

En 2018, afin d'obtenir une image la plus détaillée possible des motifs d'irrecevabilité, le SMC a ajouté la catégorie « SMC en copie uniquement ». En effet, le SMC est souvent ajouté en copie des courriels adressés à une entreprise, probablement dans l'objectif de mettre la pression sur l'entreprise en question. Nous ne traitons pas nécessairement de telles communications en tant que dossier de médiation. Nous envoyons toutefois une lettre au consommateur dans laquelle nous l'informons de la bonne réception du message et lui transmettons des informations complémentaires relatives au règlement extrajudiciaire des litiges.

4.4. DOSSIERS HORS COMPÉTENCE SMC

4.4.1 En général

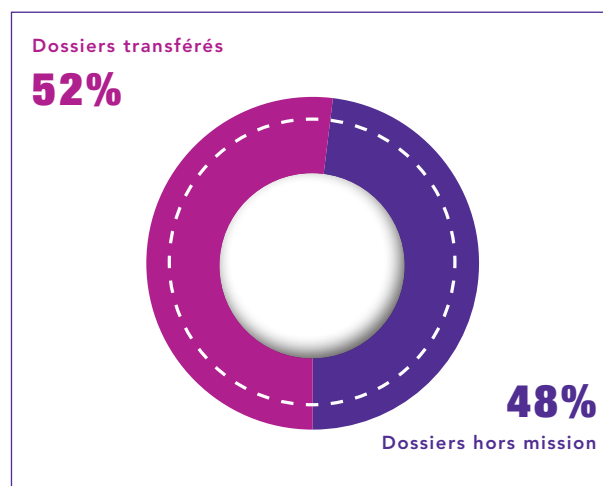
a. Statistique

	Total 2018	Total 2017	Total 2016
Transférés	2542	2581	2838
Hors Mission	2352	2472	1504
Total	4890	5053	4342

b. Commentaire

Nous tentons dans la mesure du possible d'aider toute personne qui nous contacte. Le jugement de compétence constitue le premier jugement d'un dossier que nous réalisons. Si un dossier appartient à la compétence d'une autre entité qualifiée, nous lui transmettons le dossier en question. Les dossiers qui ne relèvent d'aucune compétence (des litiges B2B ou C2C, ou des litiges impliquant une entreprise installée en dehors de l'Espace économique européen) ne peuvent pas être traités. Grâce à une lettre d'information, nous tentons d'aider au mieux le consommateur.

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 2018	Total 2017	Total 2016
CEC	1155	1840	1316
Ombudsfin	74	72	91
Ombudsman pour les Assurances	56	55	36
Service de Médiation pour les télécommunications	208	299	241
Service de Médiation pour l'énergie	147	181	115
Service de Médiation pour le secteur postal	48	51	34
Ombudsman pour le notariat	5	2	4
Commission de Conciliation Construction	85	134	244
Commission de litiges Voyages	153	144	141
Médiateur fédéral	26	15	5
Médiateur flamand	70	73	19
Médiateur wallon	10	20	9
Commission de Conciliation Automoto	83	101	109
Services de médiation pour les avocats	10	7	8
Ombudsman du Commerce	516	325	-
CACET	8	-	-
Huissiers de justice	6	-	-
Total	2660	3319	2374

b. 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 (516 dossiers), le Service de Médiation pour les télécommunications (208 dossiers), le service de médiation pour l'énergie (181 dossier) et la commission de litiges Voyages (153 dossiers). Seules les entités qualifiées sont reprises dans l'histogramme.

Afin d'offrir un service optimal au consommateur, les dossiers sont également transmis au Médiateur fédéral, flamand et wallon ainsi qu'au CEC.

516

dossiers ont été transférés à l'Ombudsman du Commerce

4.5 DOSSIERS RÉSIDUAIRES CLÔTURÉS

4.5.1 En général

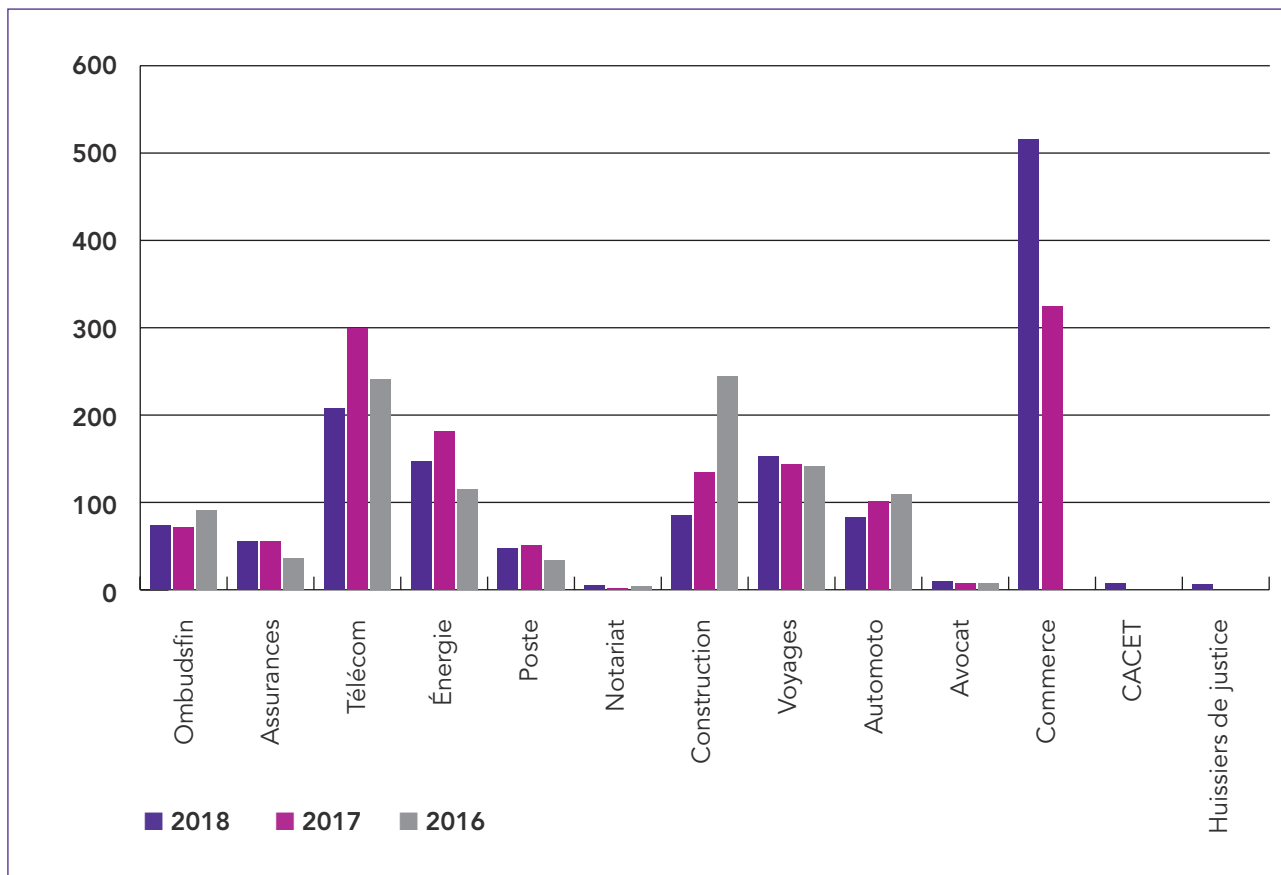
a. Statistique

	Total 2018	% 2018	% 2017	% 2016
Règlement à l'amiable	1308	55%	48%	50%
Recommandation	788	33%	22%	37%
Plainte interrompue	283	12%	30%	13%
Total	2379	100%	100%	100%

55%

Dans 55 % des cas, un règlement à l'amiable a pu être atteint

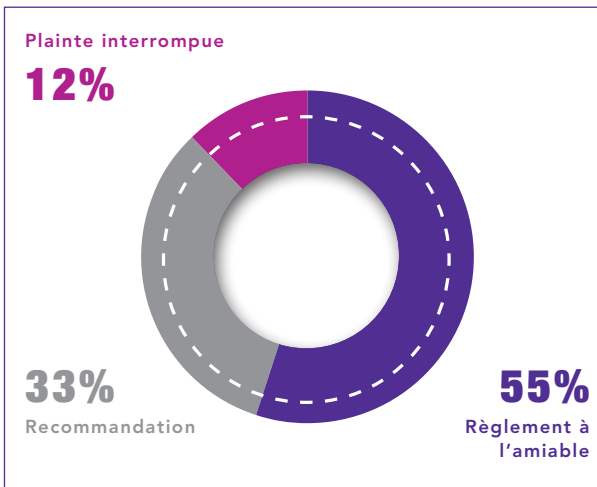
c. Histogramme



b. Commentaire

Le SMC a pu clôturer 2379 dossiers en 2017. **Dans 55 % des cas, un règlement à l’amiable a pu être atteint** : 1308 dossiers. Dans 788 dossiers, aucune solution n’a pu être trouvée au litige et une recommandation a été émise. Les recommandations peuvent être tant neutres, qu’à l’avantage d’une des parties. Enfin, 283 dossiers ont été interrompus par le consommateur au cours de la procédure. Nous ne connaissons presque jamais la raison de l’interruption, mais dans de nombreux cas, nous pouvons supposer que les parties ont trouvé un accord.

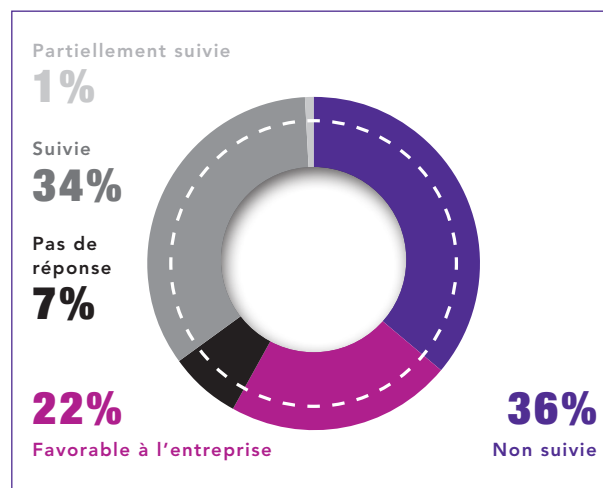
L’augmentation du nombre d’accords à l’amiable atteints est remarquable, car nous progressons de 7 points par rapport à 2017.



4.5.2 Réaction de l'entreprise à une recommandation

a. Statistique

	Total 2018	% 2018	% 2017	% 2016
Partiellement suivie	6	1 %	3%	4%
Pas de réponse	284	36%	54%	62%
Suivie	264	34%	11%	14%
Favorable à l'entreprise	175	22%	18%	-
Non suivie	59	7%	13%	20%
Total	788	100%	100%	100%



b. Commentaire

La réaction des entreprises aux recommandations émises par le SMC s'est de nouveau légèrement améliorée. Ce n'est que dans 36 % des cas que nous ne recevons aucune réponse de l'entreprise. Toutefois, l'entreprise est tenue de le faire en vertu de la loi.

L'entreprise a suivi la recommandation du SMC dans 34 % des cas. Il s'agit d'une augmentation remarquable par rapport aux années précédentes.

Une recommandation peut également être formulée en faveur du consommateur ou de l'entreprise. En 2018, 175 recommandations ont été formulées à l'avantage de l'entreprise.

36%

des entreprises n'ont pas répondu aux recommandations émises par le SMC.

4.6 TOP SECTEURS 2018¹

a. Statistique

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Services relatifs à l'entretien et la réparation du logement	759
2	Meubles et décoration	367
3	Biens TIC (technologie de l'information et de la communication)	280
4	Marchandises relatives à l'entretien et à la réparation du logement	275
5	Compagnies aériennes	265
6	Habillement et chaussures	257
7	Gros appareils électroménagers (aspirateurs et micro-ondes compris)	233
8	Électronique (non TIC ou récréatif)	182
9	Services en lien avec les sports et les loisirs	143
10	Entretien et réparation de véhicules et autres modes de transport	102

Top trois 2017

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Entretien et réparation du logement (biens et services)	934
2	Meubles et décoration	357
3	Électronique (non TIC ou récréatif)	286

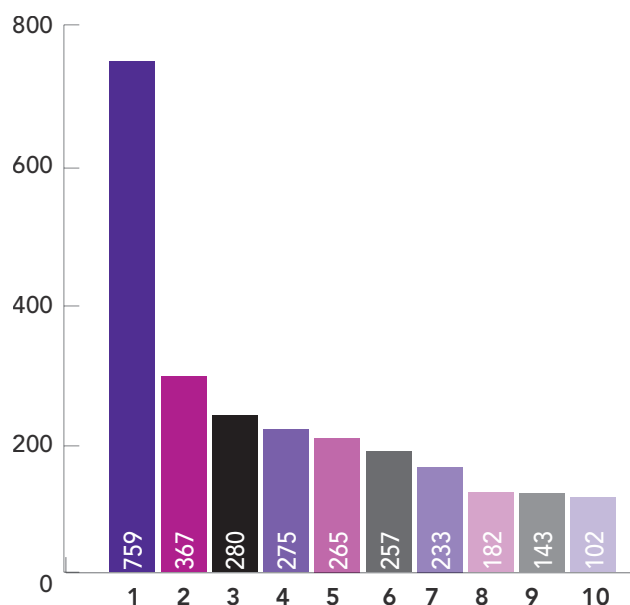
Top trois 2016

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Électronique (TIC)	390
2	Entretien et réparation du logement (biens)	390
3	Meubles et décoration	384

b. Commentaire

C'est à nouveau dans le secteur « services relatifs à l'entretien et la réparation du logement » qu'a été enregistré le plus grand nombre de dossiers. Ce secteur comprend entre autres les services de plombiers, de maçons, d'entretien de piscines, d'aménagement de jardin, de chauffage central, etc. Nous avons continué à recevoir régulièrement des dossiers relatifs aux meubles et à la décoration. Le top trois est complété par le secteur des biens TIC (ordinateurs portables, smartphones, etc.). Un secteur se démarque par une forte augmentation en 2018, à savoir celui des compagnies aériennes. En 2017, l'on y dénombrait 144 dossiers, contre 261 en 2018.

Notez que le secteur qui se trouvait en première position l'an dernier recouvrait tant des biens que des services. Cette année, ce secteur a de nouveau été ventilé. Les marchandises relatives à l'entretien et à la réparation du logement recouvrent le matériel de bricolage, l'outillage, les tondeuses, etc.



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.

4.7 TOP CATÉGORIES 2018

a. Statistique

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Défaut, dommages causés	769
2	Non livré/non fourni	620
3	Garantie légale non attribuée	553
4	Ne satisfait pas à la commande	285
5	Facture injustifiée	284
6	Résiliation du contrat	206
7	Livré/fourni partiellement	191
8	Défaut d'information	164
9	Facture erronée	157
10	Changement de prix/tarif	154

Top trois 2017

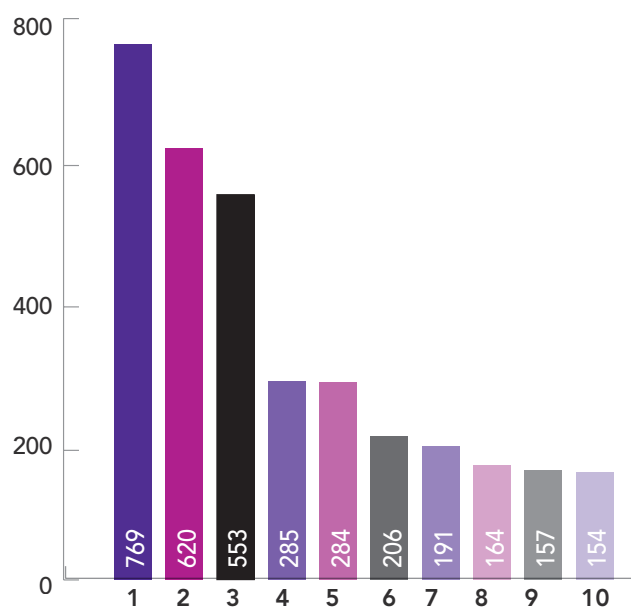
N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Défaut, dommages causés	673
2	Non livré/non fourni	516
3	Garantie légale non attribuée	466

Top trois 2016

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Garantie légale non attribuée	839
2	Marchandises non livrées	511
3	Marchandises endommagées	327

b. Commentaire

Les dossiers les plus courants concernent les litiges sur la qualité des biens et des services, en particulier au sujet de défauts et de dommages (769 dossiers). De très nombreux litiges ont également été traités concernant des biens non livrés ou des services non fournis (620 dossiers) et la garantie légale (553 dossiers). L'ordre des catégories est d'ailleurs identique aux mêmes statistiques de 2017.



4.8 TOP 10 ENTREPRISES²

a. Statistique

N°	ENTREPRISE	DOSSIERS
1	Brussels Airlines	122
2	Vanden Borre	93
3	Tui Airlines Belgium	83
4	3 Suisses Belgique	59
5	Kréfel	53
6	Coolblue	37
7	Basic-Fit Belgium	36
8	Fnac Belgium	34
9	Caltexx	33
10	Groupon	30

Top trois 2017

N°	ENTREPRISE	DOSSIERS
1	Vanden Borre	84
2	Tui Airlines Belgium	51
3	Brussels Airlines	48

Top trois 2016

N°	ENTREPRISE	DOSSIERS
1	Media Markt - Saturn ³	135
2	Vanden Borre	89
3	Brussels Airlines	77

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.

3 MediaMarkt est membre de l'ombudsman du commerce depuis 2017.

b. Commentaire

Cette statistique reprend à nouveau les entreprises contre lesquelles le plus de dossiers ont été introduits en 2018. 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.

Les deux grandes compagnies aériennes belges⁴ occupent la 1^{ère} et la 3^{ème} places. Le nombre de dossiers est frappant, passant de 99 en 2017 à 205 en 2018.

De célèbres enseignes du secteur de l'électronique, comme Fnac, Coolblue et Kréfel sont à nouveau reprises dans ces statistiques. Nous lançons dès lors à nouveau un appel à ces chaînes de magasins afin qu'elles suivent l'exemple de MediaMarkt - Saturn et s'enregistrent auprès de l'Ombudsman du Commerce.

4.9 DÉLAI MOYEN DE TRAITEMENT D'UN DOSSIER

Le délai moyen de traitement d'un dossier en 2018 était de **44 jours**. Soit une légère augmentation par rapport à 2017 (36) et 2016 (38).

4 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

« FOURNIR UNE INFORMATION
PRÉCONTRACTUELLE CORRECTE
ET COMPLÈTE EST INDISPENSABLE
POUR ÉVITER L'APPARITION DE
LITIGES. »

5.1 SERVICES RELATIFS À L'ENTRETIEN ET LA RÉPARATION DU LOGEMENT

5.1.1 Exemples

a. Services de réparation d'urgence

Les canalisations de madame G. étaient bouchées. Elle décida donc de contacter l'entreprise P., une entreprise qui se présente en ligne comme étant un plombier de la région, pour une intervention d'urgence. En réalité, il s'est avéré qu'il s'agissait de la société E., tout sauf une entreprise locale. Sans qu'un devis gratuit n'ait été présenté au client, un montant de 600€ environ fut facturé pour une brève intervention de 30 minutes. Madame G. déclare avoir dû signer le bon de travail sous pression et a procédé au paiement par carte bancaire. Elle a ensuite contesté les pratiques de l'entreprise P., en demandant un remboursement partiel, qui fut refusé par l'entreprise.

b. Réparations et obligation de résultat de l'entreprise

Monsieur H. a eu des problèmes de chaudière. Il contacta l'entreprise G. qui s'est rendue sur place et a résolu deux codes d'erreur. La chaudière a refonctionné et le bon de travail fut signé. Quelque temps plus tard, le consommateur a recontacté l'entreprise G., cette fois pour un autre code d'erreur. L'entreprise revint sur place, prit contact par téléphone avec le fabricant pour obtenir des conseils et exécuta la réparation. Le consommateur signa a posteriori le bon de commande pour accord.

Peu de temps après, le consommateur contacta une troisième fois l'entreprise. L'entreprise G. proposa de remplacer une certaine pièce, mais le consommateur refusa cette proposition. L'entreprise G. s'en alla et ne factura pas cette dernière intervention. Le consommateur contacta directement le fabricant, qui se rendit sur place et résolut le problème. Le consommateur était d'avis que les deux premières interventions, réalisées par l'entreprise G., n'ont pas contribué à la solution définitive. Il contesta donc les deux factures émises par cette entreprise et ne souhaitait régler que les frais de déplacement.

L'entreprise G. estimait quant à elle que l'intégralité des factures des deux interventions était justifiée car il s'agissait à chaque fois d'un autre code d'erreur. Les différentes interventions n'avaient rien en commun, selon l'entreprise.

Le SMC a souligné que l'entreprise avait un engagement de résultat, ce qui implique qu'elle devait trouver une solution pour les missions qui faisaient partie de l'ensemble de ses tâches. Le SMC a également souligné ne pas pouvoir s'exprimer sur les aspects techniques, mais a pris acte qu'il s'agissait à chaque fois d'un nouveau problème, avec un code d'erreur distinct. Le consommateur n'a pas démontré qu'une mauvaise intervention de l'entreprise était à l'origine du message d'erreur suivant, les deux interventions de l'entreprise G. ont à chaque fois apporté une solution au message d'erreur signalé. Aux yeux, du SMC, les deux factures étaient par conséquent bien justifiées.

5.1.2 Commentaire

Cette catégorie couvre une large palette de problèmes, 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, etc.

La proportion de dossiers ne pouvant pas faire l'objet d'une médiation dans cette catégorie est considérable. Tout d'abord, les entreprises refusent souvent de collaborer. Le SMC dispose alors uniquement de la version des faits telle que la lui fournit le consommateur. L'examen approfondi du dossier et la clôture de ce dernier par un règlement à l'amiable s'en voient plus compliqués, voire impossibles. Même si l'entreprise collabore auprès du SMC, 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 SMC 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

En cas de problèmes urgents, le SMC 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 en raison des tarifs majorés. 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 (par exemple la nécessité et le prix d'un repérage par caméra dans le cas de canalisations bouchées) 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 par écrit à la connaissance du consommateur et être acceptés par celui-ci. Ainsi, 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 uniquement après avoir réalisé un contrôle approfondi et donné leur accord final.

Le SMC 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 enrayées.

En ce qui concerne les dossiers liés à la construction, le SMC pense que de meilleures informations sur le règlement des litiges sont indispensables. Les consommateurs doivent être mieux informés des possibilités et des limites 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 BIENS TIC

5.2.1 Exemples

a. Garantie légale

Monsieur D. a acheté un GPS auprès de l'entreprise G. 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 M. a cependant décidé de ne pas procéder à la réparation ou au remplacement de l'appareil, comme on aurait pu s'y attendre sous le régime de la garantie légale. Le vendeur a invoqué un dommage lié à l'utilisation, causé par le consommateur et ayant entraîné l'endommagement du GPS. Le consommateur prétendait en revanche avoir toujours utilisé l'appareil en bon père de famille.

Le SMC informa le consommateur sur la garantie légale. Comme le défaut n'a pas été constaté dans les six premiers mois qui ont suivi l'achat, il était impossible d'exiger une réparation gratuite de la part de l'entreprise, à moins que le consommateur n'ait pu démontrer que le défaut existait déjà au moment de l'achat.

b. Non-respect du délai de livraison convenu

Monsieur C. a commandé en ligne des cartouches d'encre pour son imprimante auprès de l'entreprise I. Un mois plus tard, le consommateur n'avait toujours pas reçu les marchandises, malgré ses divers contacts avec l'entreprise. L'entreprise I. a prétendu que les cartouches avaient été envoyées à trois reprises, mais qu'elles n'étaient pas parvenues au destinataire en raison d'erreurs des services postaux.

Selon ses dires, l'entreprise avait lancé une procédure interne auprès des services des postes, mais n'a informé ni le consommateur, ni SMC du résultat de celle-ci. Comme l'entreprise n'avait pas satisfait à ses obligations en livrant les marchandises au moment convenu, le SMC était d'avis qu'elle devait résilier le contrat et rembourser le consommateur.

5.2.2 Commentaire

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

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 toutefois 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 SMC 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 transport, 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 SMC 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, aucuns frais ne peuvent être facturés 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 ce que les rapports d'expertise contiennent. Les entreprises restent trop vagues dans leurs rapports et n'offrent pas suffisamment la possibilité au consommateur de réfuter ces arguments.

Enfin, il est important que les entreprises respectent les délais de livraison convenus. À moins que les deux parties n'aient convenu d'un autre délai de livraison, l'entreprise doit livrer les marchandises dans les 30 jours. Si l'entreprise n'a pas respecté son obligation de livrer les marchandises au consommateur au moment convenu avec lui ou dans les 30 jours, le consommateur est tenu d'inviter une seule fois l'entreprise à procéder à la livraison dans un délai complémentaire. Si l'entreprise manque toujours à son devoir de livrer les marchandises dans le délai complémentaire, le consommateur a le droit de résilier le contrat. Lors d'une résiliation du contrat, l'entreprise restitue sans délai tous les montants versés dans le cadre du contrat.

L'entreprise a alors l'obligation de rembourser tous les frais encourus par le consommateur.



5.2.3 Points d'attention

Comme indiqué précédemment, les consommateurs présument 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 SMC 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 SMC 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 SMC insiste dès lors sur le fait que le vendeur doit décrire clairement les défaillances que ce dernier considère comme des exceptions qui ne seraient pas couvertes par la garantie légale. Ces exceptions doivent également être interprétées strictement.

Selon le SMC, 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.

5.3 ANIMAUX DOMESTIQUES

5.3.1 Exemples

a. Frais vétérinaires

Madame S. a acheté deux chiots au chenil H. et a remarqué peu de temps après l'achat que les animaux étaient anxieux et n'étaient pas socialisés. Après une consultation chez le vétérinaire, il s'avère que les chiots ont le parasite Giardia et une infection des oreilles. Le vétérinaire constate également que les chiots n'ont pas été vaccinés contre la leptospirose. Madame S. s'en sort avec une facture vétérinaire de 656,34€ et souhaite que le vendeur intervienne dans ces frais, mais sa demande est restée lettre morte. Elle décide ensuite d'entamer une tentative de médiation auprès du SMC.

La plainte formulée s'articulait autour de 3 volets et portait sur la socialisation des chiots, l'absence de vaccinations et les maladies constatées. Concernant la première partie, le SMC a estimé ne pas être expert en la matière et, par conséquent, ne pas pouvoir prendre position. Pour ce qui est des vaccinations, le SMC s'est renseigné auprès du département en charge du bien-être animal en Flandre, qui lui a confirmé que les vaccinations en question ne constituaient pas d'obligation légale. Enfin, pour les maladies concernées, la loi relative à la protection des consommateurs s'applique car les chiens sont considérés comme un bien meuble. La loi relative à la protection des consommateurs stipule que le consommateur doit tout d'abord permettre au vendeur de réparer le dommage, avant de pouvoir s'adresser à une tierce partie en vue de récupérer les frais auprès du vendeur. Dans ce cas, le consommateur n'a pas permis au vendeur d'offrir une réparation et s'est immédiatement adressé à un tiers.

b. Garantie légale

Madame V. a acheté un chiot auprès de M., un éleveur de chiens reconnu, pour la somme de 545€. Madame V. possédait déjà un chien et a constaté après un certain temps que les animaux ne s'entendaient pas. Elle souhaitait donc révoquer son achat.

Les parties ont convenu que le chiot serait présenté au vendeur, conformément aux conditions générales. Les parties ont ensuite convenu que madame

V. pouvait récupérer le prix d'achat à partir du moment où le chiot pourrait être à nouveau vendu. Le chiot n'a malheureusement pas pu être vendu, mais la consommatrice souhaitait malgré tout être remboursée. Le vendeur a refusé et la consommatrice a décidé de faire appel au SMC.

Le SMC a remarqué que la garantie légale ne pouvait pas s'appliquer dans ce cas d'espèce, étant entendu qu'il ne s'agissait pas d'une défaillance. Sur la base de la loi relative à la protection des consommateurs, la consommatrice n'avait pas droit à un remboursement. Madame V. pouvait donc uniquement se retourner sur les conditions générales et les accords écrits. Le SMC a estimé sur cette base que le vendeur avait agi correctement.

5.3.2 Commentaire

L'application de la garantie légale pour les animaux de compagnie constitue plutôt une minorité des dossiers relatifs à la garantie légale. Toutefois, le SMC constate qu'il s'agit généralement de la même problématique, à savoir le remboursement des frais vétérinaires.

Le SMC note que la collaboration des entreprises concernées est généralement raisonnable. Lorsque l'entreprise réagit, elle avance souvent que le consommateur ne lui a pas offert l'opportunité de proposer une solution. Étant donné que la législation en vigueur est très claire sur ce point, les entreprises ont tendance à refuser un remboursement des frais encourus auprès d'une tierce partie. La médiation est dès lors souvent exclue pour cette raison.

5.3.3 Points d'attention

La loi relative à la protection des consommateurs impose des obligations tant au vendeur qu'au consommateur. Le vendeur est tenu de réparer ou de remplacer gratuitement le bien ou de rembourser le prix. Le consommateur a quant à lui l'obligation de laisser la possibilité au vendeur de proposer une réparation, et ne peut s'adresser à une tierce partie que s'il est clair que le vendeur ne peut ou ne veut pas offrir de solutions. Si le consommateur ne respecte pas cet ordre, le vendeur n'est pas tenu d'indemniser les frais encourus auprès d'un tiers.

Le SMC constate que les consommateurs ignorent trop souvent cette règle. Dans le cas de l'acquisition d'animaux de compagnie, l'on souhaite essentiellement réagir rapidement et de manière irréfléchie lorsque des 'vices' apparaissent. En consultant tout d'abord le vétérinaire avant de se rendre chez le vendeur, les consommateurs perdent toutefois (sans le savoir) leur droit de réclamer une solution gratuite.

Pour la vente d'animaux de compagnie, il convient de signaler que non seulement la loi relative à la protection des consommateurs s'applique, mais aussi l'arrêté royal régissant les certificats de garantie correspondants. Ce certificat stipule que le consommateur dispose d'une liberté de choix de vétérinaire, mais que les frais engendrés ne doivent être compensés par le vendeur que dans quelques cas. Le SMC est d'avis que le certificat de garantie apporte une importante contribution à l'information des consommateurs quant à leurs droits et devoirs.

5.4 CRÈCHES

5.4.1 Exemples

a. Problèmes de préavis : déménagement

La crèche U., où madame H. confie son enfant chaque jour, allait déménager. Ce déménagement a poussé madame H. à résilier la convention. Il s'est avéré en effet qu'il lui était impossible d'amener chaque jour son enfant au nouveau site. La crèche a avancé que, conformément aux conditions générales, un délai de préavis de deux mois devait être respecté en cas de résiliation. Dans sa réponse au SMC, la crèche a repris l'argument selon lequel un déménagement ne constituait pas une raison fondée pour résilier la convention sans frais.

Le SMC était d'avis qu'une modification unilatérale d'une convention au détriment du consommateur constituait bel et bien une raison correcte de résilier la convention sans frais et a rappelé les dispositions légales à la crèche.



b. Problèmes de préavis : prestations lacunaires d'une crèche

Monsieur L. avait conclu une convention avec la crèche M. Étant donné que la crèche aurait omis d'administrer un traitement prescrit à son enfant, et que son enfant aurait toujours été isolé, monsieur L. souhaitait résilier la convention avec effet immédiat. La crèche M. exigea le paiement d'un délai de préavis de trois mois, ce que refusa le consommateur, qui pensait pouvoir rompre la convention sans frais en raison de la négligence de la crèche.

5.4.2 Commentaire

Les dossiers impliquant des crèches sont souvent chargés d'émotions et prennent souvent de très grandes proportions. Les raisons pour lesquelles les parents souhaitent rompre la convention avec leur crèche sont légion. En fonction de la situation, la demande de paiement d'une indemnité de rupture est légitime, un fait que le SMC ne manque pas de souligner. Souvent, les parents pensent que les contrats peuvent être résiliés unilatéralement et sans indemnité de rupture.

Force est de constater hélas 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 indications qu'elles ont interrompu (ou vont interrompre dans un avenir proche) leurs activités.

5.4.3 Points d'attention

La qualité des conditions générales des crèches laissant souvent à désirer, le SMC plaide pour qu'elles deviennent 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.

5.5 AÉRONAUTIQUE

5.5.1 Exemples

a. Demande de compensation en cas de retard de vol

Monsieur S. avait planifié un vol de Gran Canaria à Bruxelles avec la compagnie aérienne T. Le vol en question accusa un retard inopiné de plus de trois heures. Le consommateur pensait pouvoir réclamer une compensation, conformément au Règlement européen. Monsieur S. introduit pas moins de trois fois une demande de dédommagement, mais n'obtint jamais de réaction.

Le SMC reçut une réponse positive de la compagnie aérienne à la demande d'une compensation financière. Après avoir transmis les informations nécessaires, l'entreprise T. procéda au paiement de la compensation en question.

b. Demande de compensation en cas de perte de bagage

Monsieur W. avait réservé un vol vers Oslo auprès de la compagnie aérienne B. Arrivé à destination, le consommateur apprit qu'une valise avait été égarée et que deux autres lui seraient remises avec six jours de retard. Il prit contact avec la compagnie aérienne afin d'obtenir un dédommagement. L'entreprise B. a dans un premier temps réagit positivement et promit d'accéder à la demande de monsieur W. Après quelques semaines, le consommateur n'avait toujours pas reçu de compensation. Comme il ne parvenait plus à communiquer avec l'entreprise, il déposa une plainte auprès du SMC.

c. Refus de compensation pour circonstances extraordinaires

Madame J. avait réservé un vol de Florence à Anvers auprès de la compagnie aérienne T. Pour une raison inconnue, son vol fut retardé et, une fois en vol, l'avion fit un arrêt à Bologne. La consommatrice arriva finalement à la destination finale avec trois heures de retard.

Elle introduit une demande de compensation auprès de la compagnie aérienne, mais reçut comme réponse que le retard accusé était imputable à des

circonstances extraordinaires. Le décollage avait en effet été retardé en raison d'une météo orageuse. La consommatrice pensait pouvoir tout de même prétendre à un dédommagement et déposa plainte auprès du SMC.

Dans sa réaction au SMC, l'entreprise T. fit référence à son rapport METAR, soit le rapport météorologique, joint en annexe. Elle précisa qu'en raison de violentes rafales de vent, il fallut retirer le kérosène des réservoirs de carburant. Par conséquent, l'avion dut faire un arrêt pour compléter les réservoirs. Le SMC put faire les mêmes constatations sur la base du rapport METAR.

Le Règlement européen en la matière reconnaît de telles circonstances météorologiques comme extraordinaires. Toutefois, les compagnies aériennes doivent en tout état de cause être en mesure de fournir à chaque fois la preuve de circonstances extraordinaires. Le SMC constate que l'entreprise T. a bien fourni cette preuve dans ce cas précis.

La compagnie aérienne a proposé une indemnité à la consommatrice dans le cadre du droit à la prise en charge qui s'applique en tout temps, même dans le cas de circonstances extraordinaires.

5.5.2 Commentaire

La plupart des litiges impliquant des compagnies aériennes concernent l'annulation et le retard de vols ou la restitution tardive ou la perte de bagages.

Le législateur européen a élaboré un cadre pour le retard et l'annulation de vol et la restitution tardive ou la perte de bagages. Pour ces deux problématiques, un cadre légal a été mis en place, complété par la jurisprudence de la Cour de Justice de l'Union Européenne. La législation européenne prévoit une série de droits pour les consommateurs dans les situations susmentionnées. Ainsi, le consommateur a droit à une prise en charge, une compensation et un remboursement du billet ou à un autre vol. La législation prévoit une exception au droit à la compensation, à savoir dans le cas de circonstances extraordinaires. La compagnie aérienne n'est pas tenue de prévoir une compensation lorsqu'il est question de circonstances extraordinaires. Les autres

droits s'appliquent intégralement, même en cas de circonstances extraordinaires.

L'attitude de la compagnie aérienne à l'égard de la procédure de médiation du SMC est imprévisible. Les litiges relatifs à des circonstances extraordinaires sont difficiles à concilier. Le SMC constate que les compagnies aériennes invoquent trop souvent l'argument de l'exception due aux circonstances extraordinaires pour échapper à l'octroi de compensations, sans fournir les preuves requises.

5.5.3 Points d'attention

Le SMC constate qu'il y a souvent un manque de connaissance des droits et des devoirs dans le chef des consommateurs. Le SMC est d'avis que la communication des informations par les compagnies aériennes reste un point d'attention. En outre, le SMC comprend tout à fait les circonstances difficiles auxquelles sont confrontées les compagnies aériennes et qui ne permettent pas toujours de fournir d'emblée des informations précises. De plus, le SMC plaide pour davantage de transparence quant aux motifs d'annulation ou de retard. Invoquer purement et simplement les circonstances exceptionnelles ne peut suffire et ne justifie pas systématiquement le non-paiement d'une compensation.

Enfin, le SMC encourage les compagnies aériennes à apporter (en permanence) leur collaboration dans le cadre de la procédure de médiation du SMC. Le SMC est convaincu que la médiation profite tant aux consommateurs qu'aux entreprises.



5.6 TRANSPORT

5.6.1 Exemples

a. Réparation par des tiers

Madame V. achète un véhicule d'occasion au garage Z. Le véhicule présente dès le départ différents problèmes, qui sont à chaque fois résolus sous garantie par le vendeur. Le dernier problème en date s'est produit à hauteur du garage D., où la consommatrice a pu amener son véhicule. Vu l'historique du véhicule, la relation houleuse avec le garage Z. et le fait que la voiture était utilisée au quotidien par madame V., elle fit réparer cette fois le véhicule par le garage D. Elle réclama ensuite les frais au garage Z.

Ce dernier refusa de régler la facture, car la réparation avait été réalisée par un tiers et que la consommatrice avait de la sorte renoncé à ses droits de garantie légale. Préalablement à la réparation par le garage D., le garage Z. avait toutefois soutenu par téléphone à la consommatrice que le problème ne serait cette fois pas couvert par la garantie légale.

Ce n'est pas correct. La loi relative à la protection des consommateurs n'exclut rien par avance. L'entreprise peut fournir la preuve d'une utilisation fautive du consommateur pour ne pas offrir de réparation gratuite, mais devra pour ce faire tout d'abord mener une investigation. Le garage D. a prétendu en outre que le dernier vice existait déjà avant la livraison.

b. Dispositifs pour le transport

Monsieur C. a reçu une rétribution de stationnement de 25€ de l'entreprise de stationnement I. Selon monsieur C., la rétribution lui a été erronément infligée car l'horodateur n'était pas clairement visible. Monsieur C. s'informa au sujet du règlement de stationnement dans un musée proche, où la réceptionniste lui expliqua où se trouvait l'horodateur. Une fois sur place, monsieur C. remarqua qu'il n'était possible que de payer à l'aide de pièces de monnaie, raison pour laquelle il décida d'aller faire de la monnaie au musée. Après avoir pris un ticket de parking, il remarqua en arrivant à hauteur de son véhicule qu'un contractuel lui avait laissé un bon de rétribution.

L'entreprise ne s'avéra pas disposée à classer le bon de rétribution sans suite. Un laps de temps de 25 minutes

s'était écoulé entre le moment tel qu'indiqué sur le ticket de stationnement et le moment indiqué sur le bon de rétribution. Ce délai s'avéra trop long pour que l'entreprise accepte un règlement à l'amiable.

c. Services de transport

Monsieur G. réserva une navette auprès de l'entreprise S. de l'aéroport à son domicile. À son arrivé, le passager constata toutefois que ses bagages ne se trouvaient plus dans le compartiment à bagages. L'entreprise S. n'a pas souhaité accéder à la demande de compensation pour la perte des bagages de monsieur G. L'entreprise estimait ne pas pouvoir être désignée responsable de la perte ou du vol des bagages, ce qui était d'ailleurs communiqué aux passagers au préalable dans les conditions générales. Il n'était exclusivement envisageable de réclamer une compensation que si le passager avait payé en supplément une assurance pour les dommages ou la perte de bagages, ce qui n'était pas le cas.

Comme il était impossible de trouver une solution à l'amiable entre les parties, le SMC a rédigé une recommandation. Conformément à la loi, le SMC a argumenté qu'une entreprise peut renoncer à sa responsabilité pour ce qui ne relève pas de ses missions clefs. Le SMC a estimé que la mission clef d'un service de navettes d'aéroport consistait non seulement à amener les passagers jusqu'à leur destination finale, mais aussi les bagages laissés dans l'espace à cet effet.

5.6.2 Commentaire

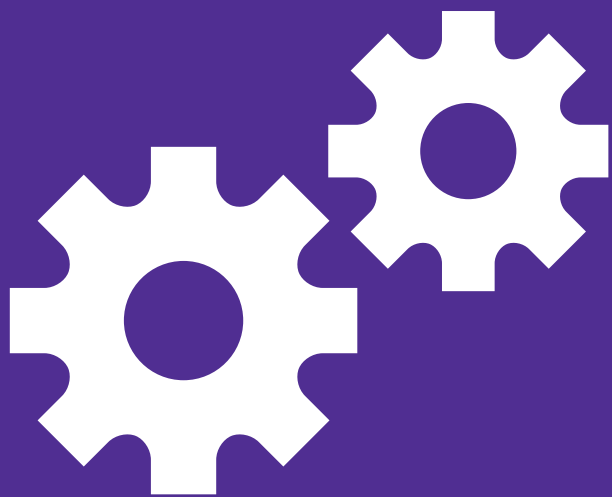
En ce qui concerne les dossiers relatifs à la vente et à la réparation de véhicules (de seconde main), il faut souligner que la très grande majorité reste incomplète et qu'ils sont clôturés par la force des choses. Il n'est pas non plus toujours évident d'obtenir la collaboration des entreprises. Lorsqu'il 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 SMC 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.

Dans d'autres dossiers liés au transport (parkings, services de location et de transport), il convient de souligner l'importance des informations précontractuelles, comme le démontrent les exemples ci-dessus.

Le consommateur gagne à bien se renseigner et à parcourir minutieusement les conditions générales avant d'y apposer sa signature, étant donné que la signature vaut acceptation. Ainsi, les entreprises de location de véhicules arguent souvent que le consommateur a bien signé le contrat et le document de remise, mais conteste ensuite les dégâts indiqués et la facture correspondante. La preuve et la preuve contraire sont souvent essentielles pour l'examen impartial d'une affaire, comme le démontrent les dossiers de rétributions de parking. Souvent, les consommateurs ne réalisent pas que l'absence de preuve entrave une solution de conciliation.





POINTS D'ATTENTION

« MALGRÉ UN BON CADRE LÉGAL ,
TROP D'ESCROCS ET DE FRAUDEURS
CONTINUENT DE PASSER AU TRAVERS
DES MAILLES DU FILET. »

Le SMC 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 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 milliers de dossiers par an.

Le SMC aspire à un paysage de règlement des litiges extrajudiciaire cohérent, efficace et transparent où toutes les parties prenantes peuvent être aidées rapidement et avec professionnalisme. Certains points d'amélioration et de points névralgiques sont explicités ci-dessous.

6.1 PERCEPTION ET COLLABORATION

Le SMC 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.

Nous devons toutefois toujours constater que certaines entreprises sont récalcitrantes quant à leur coopération à la procédure et adoptent une attitude négative à l'égard du Service de Médiation pour le Consommateur et du règlement extrajudiciaire des litiges en général. Les entreprises doivent souvent être activement convaincues de la plus-value apportée par la médiation et l'impartialité de nos services.

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. Il est en revanche un tiers impartial, et c'est avec ce postulat que sont étudiés les dossiers. L'objectif est d'obtenir à chaque fois un règlement à l'amiable.

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.

6.2 COMPÉTENCES DES ENTITÉS QUALIFIÉES

La première mission du Service de Médiation pour le Consommateur consiste à informer les consommateurs et les entreprises de leurs droits et obligations, en particulier des possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. 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



Les secteurs respectifs sont couverts par un service de médiation. Ainsi, le consommateur a l'avantage de la clarté. Les entreprises y trouvent également des avantages. Généralement, elles sont familières du service de médiation du secteur au sein duquel elles sont actives et sont disposées à s'investir dans une collaboration constructive. Enfin, le Service de Médiation pour le Consommateur sait exactement à qui il faut s'adresser, ce qui est bénéfique à la rapidité de la prestation de service. 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.

6.3 COOPÉRATION ET SUIVI

Au début de ce chapitre, nous stipulions que le Service de Médiation pour le Consommateur pouvait être envisagé comme la clef de voûte du règlement extrajudiciaire des litiges pour les consommateurs en Belgique. En tant que service de médiation pour les litiges de consommation résiduels, nous garantissons en effet que tous les litiges de consommation peuvent être traités de manière extrajudiciaire. Le Service de Médiation pour le Consommateur peut toutefois jouer un rôle important dans d'autres domaines. En effet, nous savons pertinemment bien quelles sont les frustrations des consommateurs belges et quelles infractions à la réglementation économique sont commises de manière trop récurrente. Les recommandations du Service de Médiation pour le Consommateur sont dès lors précieuses, et méritent d'être suivies scrupuleusement.

Le Service de Médiation pour le Consommateur formule de telles recommandations à l'attention tant des parties que du législateur. Les recommandations à l'attention des parties servent à clôturer un dossier lorsqu'aucun règlement à l'amiable n'a pu être trouvé. Les recommandations peuvent être tant neutres, qu'à l'avantage d'une des parties. Ces recommandations individuelles constituent une conclusion impartiale et objective du Service de Médiation pour le Consommateur après analyse et médiation du dossier.

Le Service de Médiation pour le Consommateur transmet également les recommandations au législateur, et ce par l'intermédiaire de son rapport annuel. À l'aide d'exemples, les infractions les plus courantes, les problématiques récurrentes et les frustrations sous-jacentes sont présentées. Le lecteur aura pu le constater dans le chapitre précédent.

Les recommandations formulées ont vocation à nourrir une éventuelle intervention légale du législateur.

Enfin, tout au long de l'année, nous rédigeons des rapports pour les autorités compétentes. Si nous constatons qu'une infraction donnée est commise à de multiples reprises ou que des dossiers identiques contre une entreprise donnée ne cessent de nous être transmis, nous les compilons et rédigeons un rapport à ce sujet. Ce rapport est alors envoyé à la Direction générale de l'Inspection économique du SPF Économie. L'objectif est de signaler au plus vite les infractions flagrantes afin que l'on puisse rapidement intervenir. Ainsi, nous tentons de mettre un terme aux infractions dans les meilleurs délais afin de protéger les autres consommateurs de toute escroquerie.

Nous devons hélas constater que trop d'escrocs et de fraudeurs passent au travers des mailles du filet malgré un bon cadre légal. Il est très frustrant de devoir constater que certaines entreprises peuvent poursuivre leurs pratiques malhonnêtes, malgré le fait qu'elles aient été signalées aux services compétents. Tous les instruments et conditions marginales sont en place, mais certaines entreprises parviennent à rester hors d'atteinte. C'est particulièrement douloureux pour toutes les parties, particulièrement pour les consommateurs.

6.3.1 Exemples

a. Ecothermique

Les pratiques d'Ecothermique sont bien connues de l'ombudsman et des services d'inspection et ont été à plusieurs reprises relayées dans la presse. L'entreprise Ecothermique, une entreprise de plomberie d'Anderlecht, applique depuis très longtemps les mêmes méthodes.

Elle opère dans toute la Flandre de la même manière. Ils abusent de la position vulnérable dans laquelle les consommateurs se trouvent. En effet, Ecothermique est souvent appelée par des consommateurs confrontés à un problème qui requiert une solution en urgence. En saisissant une série de mots clefs précis dans un moteur de recherche sur le Web, comme par exemple « loodgieter » et « Aalst », vous êtes

rapidement redirigé vers loodgietersaalst.be. Ou loodgieterij-janssens.be. Le site loodgietersmechelen existe aussi. Ou loodgietersleuven. Vous trouverez aussi loodgietersantwerpen, loodgietersgent, loodgietersoostende, etc. Tous ces sites présentent la même configuration, le même contenu, les mêmes jolies paroles. Et tous affichent un numéro zonal, si bien que le consommateur est convaincu que les plombiers en question proviennent bien des environs.

Rien n'est moins vrai. Les plombiers arrivent effectivement rapidement sur place, ils viennent toujours d'Anderlecht, s'expriment dans un néerlandais plus que bancal et n'y connaissent rien en plomberie. Après avoir un peu chipoté au problème, ils présentent toutefois une facture salée. S'ajoutent à cela des frais de déplacements excessivement élevés et des honoraires exorbitants. Les deux collaborateurs d'Ecothermique exigent un paiement immédiat et en espèces et n'hésitent pas une seconde à conduire le consommateur au distributeur de billets de plus proche pour aller retirer de l'argent.

Le consommateur se retrouve dupé, avec un problème non résolu, délesté d'une coquette somme et avec un goût amer en bouche. Le Service de Médiation pour le Consommateur a toutefois très peu de marge de manœuvre. Premièrement, l'entreprise ne coopère jamais aux tentatives de médiation et a en outre été déclarée en faillite en 2018. Une entreprise en faillite n'existe plus aux yeux de la loi, aucune médiation ne peut dès lors avoir lieu. Mais manifestement, la faillite n'a pas constitué une raison de mettre un terme à ces activités d'escroquerie.

À l'instar du consommateur grugé, le Service de Médiation pour le Consommateur garde également un goût amer en bouche. En 2017 déjà, le SMC avait déposé un dossier auprès de l'inspection économique reprenant une série de dossiers en cours, les faits des dossiers, le déroulement de la médiation, le résultat des dossiers et un avis général. L'objectif était clair et net : mettre un terme aux pratiques commerciales d'Ecothermique et, au final, les rayer de la carte.

Ce problème avait déjà été soulevé et porté à l'attention l'an dernier sous l'intitulé « services de réparation d'urgence ». Sans citer de noms, mais bel et bien dans l'objectif d'aborder ce problème.



Nous devons hélas constater que malgré tous les efforts fournis, aucun progrès n'a été enregistré. C'est pourtant simple, à nos yeux : il suffit de retirer les sites Internet de telles entreprises. C'est par l'intermédiaire de ces sites mensongers que ces entreprises parviennent à toucher rapidement et facilement des consommateurs qui ne se doutent de rien. Malgré des campagnes d'information des autorités et des obligations légales, les consommateurs confrontés à un problème pressant perdent leur sens critique.

Des entreprises telles qu'Ecothermique doivent se voir interdire toute activité commerciale. Tant que leurs sites restent consultables et apparaissent en haut des résultats des moteurs de recherche, les consommateurs se feront gruger.

b. Europa-Plaan

Europa-pleaan.com est à première vue un joli site Web professionnel et fiable qui vend des appareils électroniques, des produits blancs, gris et bruns à prix cassés. Les consommateurs qui y passent commande ne reçoivent toutefois jamais leurs marchandises. Le paiement se fait sur un numéro de compte français et il n'y a aucune trace d'un moindre service après-vente. L'entreprise derrière ce site a déjà été déclarée en faillite en 2016. Cette faillite n'a visiblement eu aucun effet sur le site Web, car il est toujours aussi actif.

Le Service de Médiation pour le Consommateur est objectif, impartial et neutre. Mais nous reconnaissons les pratiques commerciales déloyales lorsque nous croisons leur chemin. Nous tenons à rappeler qu'il est très important de rester vigilant lors d'achats effectués sur internet. En effet, même si la législation offre un niveau élevé de protection aux consommateurs, son application reste difficile en pratique.

De tels escrocs doivent être arrêtés rapidement et fermement. Ici aussi, bien des peines pourraient être évitées en retirant tout simplement leur site du Web. Nous devons hélas constater qu'il ne s'agit manifestement pas d'une procédure simple.

c. Achats forcés

De très nombreuses entreprises sont spécialisées dans l'envoi de colis non commandés pour ensuite refourguer en douce un abonnement aux consommateurs. Ces entreprises cherchent la limite de ce qui est légalement permis et opèrent dans la zone grise des achats forcés et des ventes par téléphone trompeuses. Certaines d'entre elles n'hésitent pas non plus à engager dès la première facture impayée une entreprise de recouvrement ou un huissier de justice pour la perception des sommes impayées. Elles exercent de la sorte une pression déplacée sur les consommateurs.

Souvent, ces entreprises sont accommodantes lorsqu'un dossier est ouvert auprès du Service de Médiation pour le Consommateur. Cela nous réjouit bien entendu, mais le fond du problème subsiste. Il y a probablement une multiplicité de consommateurs dupés derrière chaque dossier qui arrive au SMC. Nous sommes satisfaits de tous les règlements à l'amiable que nous pouvons atteindre, mais certains dossiers n'auraient jamais dû exister. Le législateur devrait intervenir plus rapidement et plus efficacement à l'encontre des entreprises qui ne visent qu'à duper les consommateurs.

6.3.2 Conclusie

Le Service de Médiation pour le Consommateur intervient pour les litiges résiduels. Pour pouvoir organiser une médiation, les deux parties doivent être de bonne foi et de bonne volonté. En effet, ce n'est que si un dialogue constructif peut être entamé que nous pouvons obtenir des résultats. Nous y parvenons avec plus de réussite avec certaines entreprises. Cet aspect fait partie de notre mission. Mais effectuer une médiation entre un consommateur et une entreprise de mauvaise foi relève de l'impossible. C'est pourquoi il est nécessaire que ces entreprises, qui ne présentent aucune plus-value économique, soient effacées du paysage le plus rapidement possible. C'est par exemple réalisable en retirant leurs sites Internet du Web. Cette méthode est bien souvent la plus efficace et constitue la meilleure façon d'empêcher qu'il y ait d'autres victimes. Dans d'autres cas, une intervention plus ferme des services de contrôle et d'inspection est souhaitable.

Les entreprises qui n'ont pour seul dessein que de gruger les consommateurs occasionnent des dommages directs à ces derniers, mais également au secteur dans lequel elles agissent et, en fin de compte, à l'ensemble de l'économie. Ce problème doit être pris à bras-le-corps.

Le Service de Médiation pour le Consommateur, par la finalité de son existence, est bien au fait des préoccupations des consommateurs et du fond de nombre de litiges de consommation. Ses recommandations, tant à l'attention des entreprises que du législateur, méritent dès lors d'être suivies.





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