

RAPPORT

Service de médiation

ANNUEL

pour le consommateur

2020



Service de Médiation
pour Le Consommateur

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	4	5. PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES	32
L'équipe SMC	6	5.1 Formations et recyclages	33
Chiffres clés	8	5.2 Compagnies Aériennes	34
2. MISSION ET FONCTIONNEMENT	10	5.3 Événements et réservations	36
2.1 À propos du Service de Médiation pour le Consommateur	10	5.4 Livraisons	38
2.2 Activités externes	12	5.5 Centres de remise en forme	39
2.3 Procédure du SMC : dossiers résiduaire	12	5.6 Maisons de vacances	40
3. BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR	14	6. MEMORANDUM	44
3.1 Budget 2020	15	6.1 Chaque entité qualifiée doit couvrir l'ensemble du secteur	45
3.3 Personnel	15	6.2 Le Service de Médiation pour le Consommateur, la pierre angulaire du RELC en Belgique	46
4. STATISTIQUES	16	6.3 Les recommandations structurelles des services de médiation méritent d'être entendues	46
4.1 Nouveaux dossiers	17	6.4 Le règlement extrajudiciaire des litiges mérite une attention supplémentaire	47
4.2 Moyen de communication	19	6.5 Désignations et agréments	47
4.3 Dossiers résiduaire	20	6.6 Interface entre l'économie et la justice	47
4.4 Dossiers ne relevant pas de la compétence du SMC	22		
4.5 Dossiers résiduaire clôturés	24		
4.6 Top secteurs 2020	26		
4.7 Top catégories 2020	28		
4.8 Top 10 entreprises	30		
4.9 Délai moyen de traitement d'un dossier	31		





Service de Médiation
pour Le Consommateur

LA FORTE AUGMENTATION DE 40 % DU
NOMBRE DE DEMANDES DE MÉDIATION
ADRESSÉES AU SERVICE DE MÉDIATION
POUR LE CONSOMMATEUR EST UNE
CONSÉQUENCE DIRECTE DE L'IMPACT
ÉCONOMIQUE DE LA PANDÉMIE.

1

INTRODUCTION

Modification rapport annuel:

Alain, Arthur, Besa, Christine, Dalia, Hind,
Miryam, Nick, Peter, Pieter-Jan et Silke

En 2020, personne n'a été épargné par la pandémie qui a touché les consommateurs et les entreprises du monde entier. Les différentes mesures prises en Belgique pour faire face au coronavirus ont eu un impact considérable sur la vie économique. Presque du jour au lendemain, les magasins et les centres sportifs ont dû fermer leurs portes et les vols et voyages ont été annulés.

La forte augmentation de 40 % du nombre de demandes de médiation adressées au Service de Médiation pour le Consommateur est une conséquence directe de l'impact économique de la pandémie.

Le Service de Médiation pour le Consommateur est la porte d'entrée et la pierre angulaire du règlement extrajudiciaire des litiges de consommation en Belgique.

En 2020, 15014 personnes ont utilisé cette porte d'entrée. En tant que consommateur ou entreprise, ils ont reçu des informations spécifiques sur leurs droits et obligations en cas de litiges. Dans 6.537 de ces demandes, le consommateur a demandé un règlement extrajudiciaire de son litige. Le Service de Médiation pour le Consommateurs les a orientés vers le service compétent ou a joué le rôle de médiateur en vue d'une solution à l'amiable.

Tout litige entre un consommateur et une entreprise établie en Belgique peut donc être réglé à l'amiable. Le Service de Médiation pour le Consommateur poursuit ainsi un double objectif : résoudre les litiges entre consommateurs et entreprises de manière rapide, efficace et gratuite, et accroître la confiance des consommateurs dans l'économie.

Kateljne Exelmans
Présidente
du Comité de direction

Laurent de Barsy
Vice-présidente
du Comité de direction



L'ÉQUIPE





2020

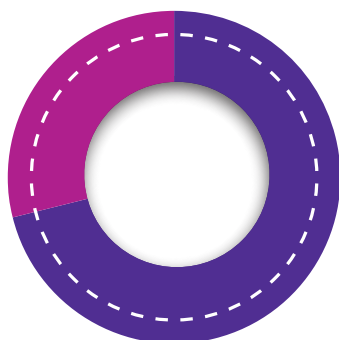
CHIFFRES CLÉS

15.014

dossiers traités en 2020

Dossiers en français

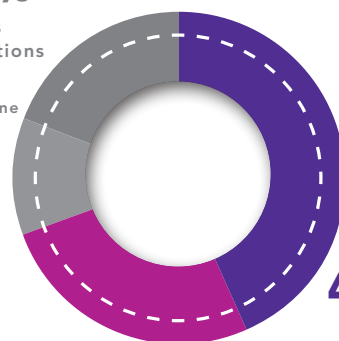
29%



71%
Dossiers en néerlandais

30,5%

Demandes d'informations
19%
Par téléphone
11,5%
Par écrit



Autres dossiers
26%

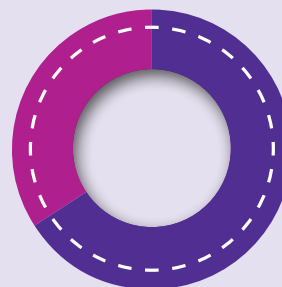
43.5%
Dossiers résiduaux

6537

dossiers résiduaux

Dossiers irrecevables

34%



66%
Dossiers recevables

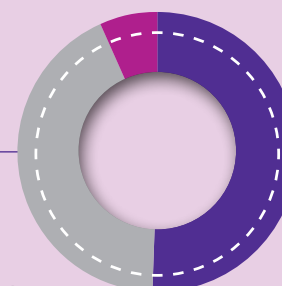
Motifs d'irrecevabilité	2020
Plainte anonyme	55
SMC uniquement en copie	368
Pas de litige de consommation résiduaire	177
Faillite de l'entreprise	82
Plainte incomplète	773
Plainte vexatoire	1
A déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire	13
Plainte infondée	1
Plainte dont les faits datent de plus d'un an	6
Le dossier a déjà été traité par une entité qualifiée	11
Total	1487

3894

dossiers résiduaux clôturés

Plainte interrompue

7%



43%
Recommandation

51%
Règlement à l'amiable

Le délai moyen de traitement d'un dossier en 2019 était de

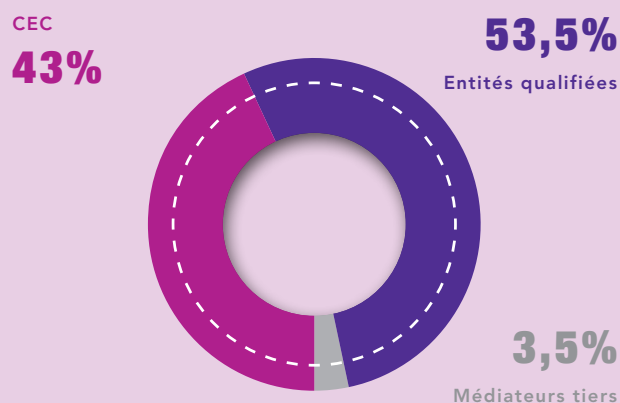
55
jours.

Top 10

catégories

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Produit non livré/non fourni	1038
2	Garantie légale non attribuée	565
3	Défauts, dommages causés	507
4	Difficulté d'accès aux voies de recours	331
5	Résiliation du contrat	329
6	Produit ou service non conforme à la commande	278
7	Paiements (acomptes, délais, etc.)	277
8	Facture erronée	267
9	Facture injustifiée	247
10	Livraison partielle/prestation partielle	239

Détails des dossiers transférés



Top 10

secteurs

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Services relatifs à l'entretien et la réparation du logement	1086
2	Meubles et décoration	460
3	Compagnies aériennes	446
4	Services en lien avec les sports et les loisirs	350
5	Habillement et chaussures	266
6	Biens TIC	260
7	Gros appareils électroménagers	238
8	Électronique (non TIC ou récréatifs)	228
9	Articles de sport	207
10	Hôtels et autres logements de vacances	187



LE SERVICE DE MÉDIATION
POUR LE CONSOMMATEUR TIENT
ÉGALEMENT TOUJOURS COMPTE
DES PRINCIPES DE RAISONNABILITÉ
ET D'ÉQUITÉ.

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 légalement. En plus d'informer les consommateurs et les entreprises de leurs droits et obligations, et en particulier des possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, le SMC réceptionne toutes les demandes de règlement extrajudiciaire de litiges de consommation. S'il existe une entité qualifiée compétente dans le traitement d'un dossier, le SMC se

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

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

Le SMC ne se contente pas de fournir des informations sur le règlement extrajudiciaire des litiges. Il informe également de manière générale sur les droits et obligations du consommateur et de l'entreprise. Toutefois, la spécialisation du Service de Médiation pour le Consommateur demeure dans les litiges de consommation, donc 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 produit. Le SMC veille à ne fournir que des informations et à ne pas émettre de conseils. Prodiguer des conseils aux consommateurs ou aux entreprises avant l'ouverture d'un éventuel dossier irait en effet à l'encontre de l'impartialité requise. La fourniture d'informations lors du règlement extrajudiciaire des litiges est particulièrement utile pour contrôler l'équilibre des relations contractuelles entre les parties et le respect des règles relatives aux pratiques de marché et à la protection des consommateurs.

Toute demande de règlement extrajudiciaire d'un litige de consommation est réceptionnée par le SMC. Après une analyse approfondie, elle est transmise à l'entité qualifiée compétente en la matière. Lorsqu'un dossier reçu par le Service de Médiation pour le Consommateur relève de la compétence d'une entité qualifiée, le SMC se voit dans l'obligation de transmettre ce dossier au service en question. Le SMC ne juge pas de la recevabilité du dossier et laisse le service auquel il envoie les dossiers statuer sur la question.

Le SMC peut uniquement **transférer** les litiges de consommation qu'il reçoit **à des entités qualifiées**¹. 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 Internet. Cette liste est également transmise à la Commission européenne². Le SMC est lui-même reconnu comme entité qualifiée, et ce depuis le 14 juillet 2015.

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

Enfin, le SMC a également un mandat légal pour représenter les consommateurs par le biais de la résolution collective des conflits.

1 Pour mieux aider les consommateurs, nous nous référons non seulement à d'autres entités qualifiées, mais aussi à d'autres services de médiation au niveau fédéral, régional et local et au Centre européen des consommateurs (CEC).

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



2.2 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 2020, 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 (Ombudsfin)
- L'Ombudsman pour le notariat
- L'Ombudsman pour les assurances
- La Commission de Conciliation Construction A.S.B.L.
- La Commission de Conciliation Automoto
- Le Service de Médiation pour l'énergie
- La Commission de litiges Voyages
- Le Service de Médiation pour le secteur postal
- Le Service de Médiation des litiges de consommation des avocats
- Le Service Ombudsman des avocats de l'Ordre des barreaux francophones et germanophone
- 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 entités qualifiées, entités qualifiées candidates ou secteurs professionnels.

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

2.3 PROCÉDURE DU SMC : DOSSIERS RÉSIDUAIRES

2.3.1 Évaluation du dossier

Les dossiers qui ne peuvent être transmis à une autre entité qualifiée sont traités par le SMC, il s'agit des dossiers résiduels. Le traitement d'une demande par le Service de Médiation pour le Consommateur est gratuit pour le consommateur. 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 dispose de motifs de refus obligatoires et facultatifs lui permettant de déclarer le dossier 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 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 ;
- lorsque la plainte en question n'a pas été introduite au préalable auprès de l'entreprise concernée.

2.3.2 Traitement du dossier

Une fois la demande complète, le traitement interne du dossier peut débuter. Le gestionnaire de dossier dispose de **90 jours calendrier pour clôturer le dossier**. Dans une première phase, le dossier est transmis à l'entreprise, dont on attend une réaction. Cette réponse est ensuite transmise au consommateur, qui en discute avec son gestionnaire de dossier. Le traitement des dossiers se déroule par mail, par courrier et/ou par téléphone. Le SMC peut exiger des administrateurs, agents et préposés de l'entreprise toutes les explications et informations nécessaires, et effectuer toutes les vérifications utiles à son examen. Le Service de Médiation pour le Consommateur peut également, 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. Cependant, il n'a encore jamais fait usage de cette capacité.

Le gestionnaire de dossier écoute les deux parties et tente de les concilier.

Dans le cadre de ses attributions, le Service de Médiation pour le Consommateur peut s'appuyer sur toute disposition légale applicable à l'affaire spécifique traitée. Sans être exhaustif, le SMC peut s'appuyer sur les traités internationaux, les directives ou réglementations européennes, la législation belge (Code Civil, Code de Droit Economique, législation concernant le secteur concerné, etc.) et les codes de conduite de secteurs spécifiques.

Le Service de Médiation pour le Consommateur tient également toujours compte, pendant toute la durée de la médiation, des principes de raisonnable et d'équité, sur la base desquels une solution au litige peut être trouvée.

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.

2.3.3 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 dossier fait part de cet accord par écrit aux deux parties et clôture le dossier.

En l'absence de règlement à l'amiable et dans la mesure où il y a suffisamment d'éléments de droit ou de fait dans le dossier, le SMC peut clôturer le dossier en formulant **une recommandation**. Celle-ci n'est pas de nature contraignante. 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 et opter pour une procédure devant les cours et tribunaux.



3

BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

LES RECETTES ET LES
DÉPENSES FONT L'OBJET D'UNE
SURVEILLANCE PAR LE COMITÉ
DE DIRECTION PAR LE BIAIS D'UNE
COMPTABILITÉ PATRIMONIALE ET
BUDGÉTAIRE.

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 patrimoniale et budgétaire (e-bmc) permettant le suivi (de la réalisation) du budget annuel.

3.1 BUDGET 2020

3.1.1 Budget des recettes 2020

Pour 2020, le financement estimé du budget s'élevait à € 947.000 et comprenait les volets suivants :

- Contribution des services de médiation sectoriels € 493.000
- Contribution des Autorités publiques fédérales € 374.000
- Contribution des entreprises sans entité qualifiée € 80.000

3.1.2 Budget des dépenses 2020

Le budget des dépenses en 2020 était de € 1.040.532, réparti comme suit :

- Dépenses pour le personnel € 649.540
- Dépenses pour le fonctionnement € 290.924
- Dépenses en capital € 100.068

3.2 PERSONNEL

Au 01/05/2021, le personnel du Service de Médiation pour le Consommateur est composé comme suit :

- 1 manager opérationnel
- 1 expert administratif
- 6 gestionnaires de dossier
- 3 collaborateurs administratifs





4

STATISTIQUES

LE SERVICE DE MÉDIATION POUR
LE CONSOMMATEUR A TRAITÉ 15.014
DEMANDES EN 2020.

4.1 NOUVEAUX DOSSIERS

4.1.1 Nombre total de dossiers introduits en 2020

a. Statistiques

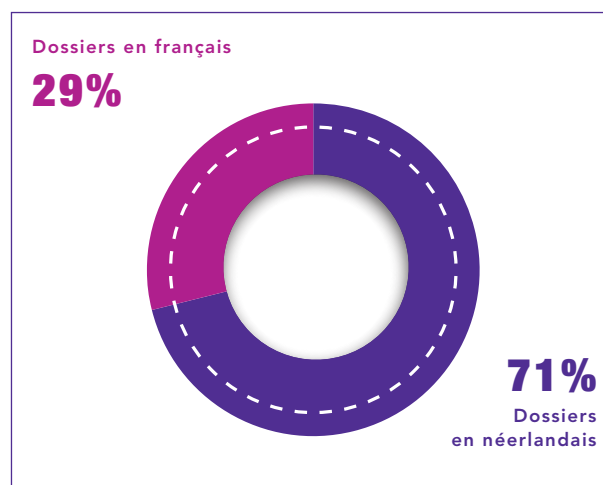
Dossiers	2020	2019	2018	2017	2016
NL	10.627	5723	6379	6700	4880
FR	4387	2930	2639	2874	2225
Total	15.014	8653	9018	9574	7105

b. Commentaire

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 15.014 demandes en 2020, soit une augmentation de 74% par rapport à l'année précédente. Parmi les chiffres de 2020, les demandes d'informations par téléphone ont été reprises pour la première fois. Ces statistiques ne se retrouvent pas dans les chiffres des années précédentes. Si l'on ne tenait pas compte de ces demandes d'informations par téléphone, le total des dossiers traités serait de 12.174, ce qui ne représenterait qu'une augmentation d'« à peine » 40% par rapport à 2019³.

Si l'on ventile les dossiers par rôle linguistique, 10.627 dossiers (71%) ont été enregistrés en néerlandais et 4387 dossiers (29%) en français. Nous notons à nouveau une augmentation du nombre de dossiers en néerlandais par rapport à l'année dernière. Les dossiers introduits en allemand ont été traités par les gestionnaires de dossiers francophones et sont donc inclus dans ces statistiques, les dossiers introduits en anglais ont été traités par les gestionnaires de dossiers néerlandophones, ils ont été inclus dans ces chiffres.

3 Comme mentionné ci-dessus, la première tâche du Service de Médiation pour le Consommateur est d'informer les consommateurs et les entreprises, notamment sur les ADR. Comme ces questions sont en grande partie reçues par téléphone, il a été décidé d'inclure cette statistique dans le chiffre général à partir du rapport annuel de 2020.



c. Ratio

	2020	2019	2018	2017	2016
Dossiers résiduaire	6537	4544	4890	5053	4342
Autres dossiers	3915	2779	3013	3677	2763
Demandes d'informations par écrit	1722	1330	1115	844	174
Demandes d'informations par téléphone	2840	N/A	N/A	N/A	N/A

d. Commentaire

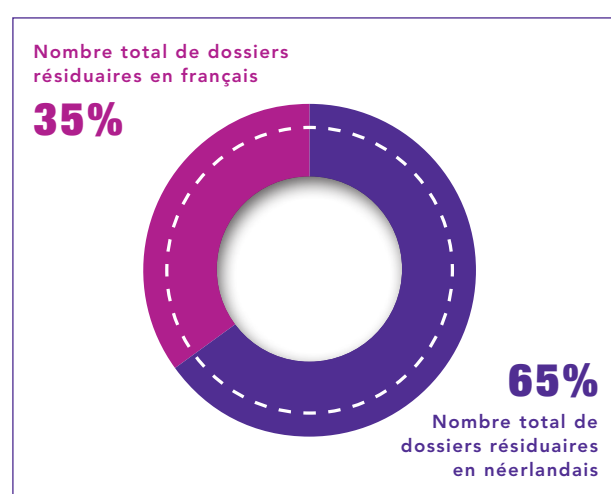
Parmi toutes les demandes qui nous parviennent, 44 % relèvent de la compétence résiduaire du Service de Médiation pour le Consommateur. Quelque 26% des demandes reçues peuvent être transférées vers un service compétent et 30% sont des demandes d'informations, tant par écrit que par téléphone.

Le SMC a traité **15.014**
dossiers en 2020.

4.1.2 Nombre total de dossiers résiduaire introduits en 2020

a. Statistiques

Dossiers résiduaire	2020	2019	2018	2017	2016
NL	4244	2698	3411	3399	2880
FR	2293	1846	1479	1654	1462
Total	6537	4544	4890	5053	4342



b. Commentaire

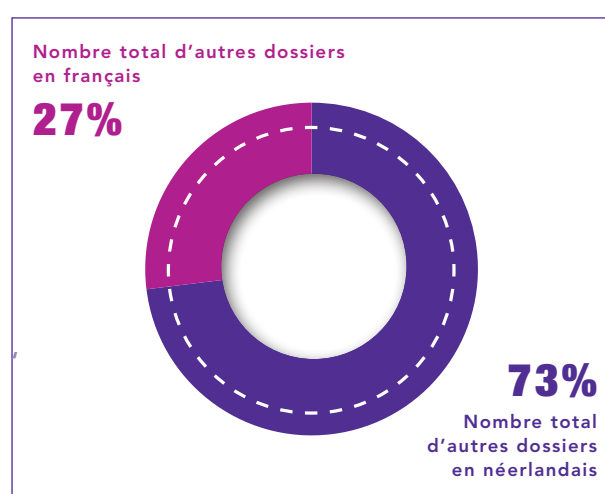
Les dossiers résiduaire sont des litiges entre un consommateur et une entreprise belge concernant l'exécution d'un contrat de vente ou de service ou concernant l'utilisation d'un produit qui ne relève pas de la compétence d'une autre entité qualifiée. Quelque 65% des dossiers résiduaire soumis étaient des dossiers néerlandophones, 35% des dossiers francophones.

En moyenne, 545 dossiers résiduaire ont été introduits par mois en 2020. Il s'agit d'une augmentation de 44% par rapport à l'année précédente, où nous avons reçu en moyenne 379 dossiers résiduaire par mois.

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

a. Statistiques

Autres dossiers	2020	2019	2018	2017	2016
NL	2866	1923	2135	2516	2000
FR	1049	856	878	1161	763
Total	3915	2779	3013	3677	2763



b. Commentaire

En 2019, le SMC a traité 3915 dossiers qui ne relevaient pas de sa compétence. Il s'agit de dossiers qui relèvent de la compétence exclusive d'une autre entité qualifiée. Quelque 73% sont des dossiers néerlandophones et 27% des dossiers francophones. Ici aussi, l'on constate une augmentation de 41% par rapport à l'année précédente.

Plus de **99%**
des dossiers sont parvenus
au SMC en 2019 via un
canal numérique.

4.1.4 Nombre total de demandes d'informations traitées

a. Statistiques

Demandes d'informations	2020		2019	2018	2017	2016
	Par écrit	Par téléphone	Par écrit	Par écrit	Par écrit	Par écrit
NL	1477	2040	1102	833	733	104
FR	245	800	228	282	111	70
Total	4562		1330	1115	844	174

b. Commentaire

Le SMC a répondu à 4562 demandes d'informations. Il est frappant de noter que nous recevons et répondons à un nombre nettement plus élevé de demandes d'information en néerlandais, principalement concernant celles qui nous parviennent par écrit. Ce qui est nouveau, c'est que nous incluons également les demandes d'informations par téléphone dans les statistiques de 2020, alors qu'auparavant, seules les demandes qui nous parvenaient par écrit étaient traitées.

La première tâche du SMC consiste à informer les consommateurs et les entreprises de leurs droits et obligations et notamment des possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. La diffusion d'informations qualitatives et ciblées contribue à une augmentation de la connaissance générale des droits et obligations des consommateurs.

Une forte augmentation du nombre de demandes d'informations a été constatée à partir de mars 2020. Ce n'est pas une coïncidence, il s'agit de la période du premier confinement lié à la crise du coronavirus.

4.2 MOYENS DE COMMUNICATION

a. Statistiques

Moyen de communication	2020	2019	2018	2017	2016
Courrier	112	141	172	196	137
E-mail	4630	2.848	2.607	2.403	1.551
Fax	7	5	8	13	39
Site Web	4898	3.476	4.216	3.217	2.096
Belmed ⁴	394	256	75	44	50
Visite	8	23	29	29	39
SPF Économie	2125	1.904	1.907	3.661	3.193
ODR ⁵	-	-	4	11	-
Téléphone	2840	-	-	-	-
Total	15014	8653	9018	9574	7105

4 Belmed est une plateforme en ligne gratuite mise à la disposition des consommateurs et des entreprises par le Service public fédéral Economie et qui aide à la recherche d'une solution aux litiges B2B, B2C et C2C par le biais de mécanismes alternatifs de règlement des litiges. Voir <https://belmed.economie.fgov.be/belmed-web/>

5 ODR est l'abréviation de Online Dispute Resolution. Il s'agit d'une plateforme Internet mise en place par la Commission européenne dans le but de résoudre à l'amiable les litiges liés au commerce électronique et accessible via <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>.



b. Commentaire

Le SMC peut être contacté par de nombreux canaux. Il est possible de nous contacter directement via le formulaire de notre site Web, par e-mail, par téléphone, par fax et par courrier. Les visiteurs peuvent également se présenter à notre réception tous les jours ouvrables entre 9h00 et 17h00 pour y déposer un dossier. Néanmoins, le Service de Médiation pour le Consommateur respecte les mesures relatives au télétravail. Ainsi, la réception a été fermée à partir du 13 mars 2020 et les visiteurs ne peuvent actuellement plus y accéder pour y déposer leurs dossiers.

Les dossiers nous sont parvenus par d'autres moyens. Par exemple, dans certains scénarios, les consommateurs qui effectuent un signalement via le Point de contact du SPF Economie peuvent également indiquer que leur signalement peut être transmis au SMC. Nous recevons également les plaintes des consommateurs via Belmed. La voie numérique reste la plus courante, 99% des personnes qui ont voulu nous contacter l'ont fait par voie numérique ou par téléphone.

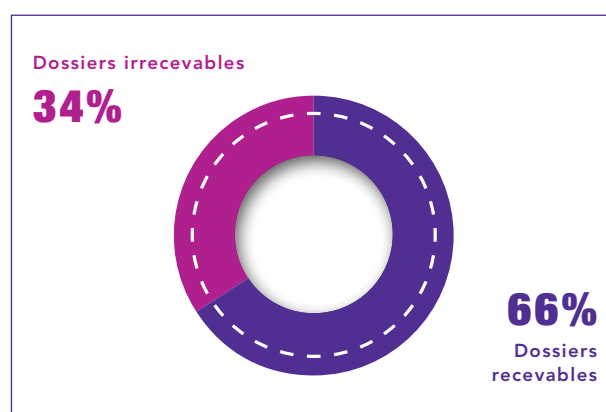
La permanence téléphonique dans les deux langues a aussi dû être suspendue dans l'après-midi afin de pouvoir traiter le grand nombre de dossiers entrants dans les délais.

4.3 DOSSIERS RÉSIDUAIRES

4.3.1 Dossiers recevables versus dossiers irrecevables

a. Statistiques

	2020	2019	2018	2017	2016
Dossiers recevables	4330	2774	2542	2581	2838
Dossiers irrecevables	2207	1770	2352	2472	1504
Total	6537	4544	4890	5053	4342



b. Commentaire

Sur les 6537 dossiers résiduaire reçus par le SMC en 2020 seul un tiers était irrecevable. Les années précédentes, ces statistiques étaient nettement plus élevées : 39 % en 2019, 60 % en 2018, 49 % en 2017. Le Service de Médiation pour le Consommateur s'efforce d'éviter de classer les dossiers comme irrecevables. Sur la base d'une approche directe et personnelle, nous prenons contact avec les consommateurs afin de voir ensemble si et comment un dossier peut être traité. Nous démontrons ainsi notre volonté d'aider les consommateurs.

4.3.2 Motifs d'irrecevabilité

a. Statistiques

Motifs d'irrecevabilité	2020	2019	2018	2017	2016
Plainte anonyme	55	29	72	147	61
SMC uniquement en copie	368	252	69	-	-
Pas de litige de consommation résiduaire	177	144	48	212	70
Faillite de l'entreprise	82	199	76	50	64
Plainte incomplète	1493	1070	1989	1992	1231
Plainte vexatoire	1	0	1	8	-
A déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire	13	40	38	48	51
Plainte infondée	1	8	3	-	-
Plainte dont les faits datent de plus d'un an	6	8	30	5	8
Le dossier a déjà été traité par une entité qualifiée	11	20	26	10	19
Total	2207	1770	2352	2472	1504

b. Commentaire

La principale raison pour laquelle les dossiers sont déclarés irrecevables réside dans le fait qu'ils sont incomplets et le restent.

Pour faire l'objet d'une procédure du Service de Médiation pour le Consommateur, une demande doit contenir au moins les éléments suivants :

- Nom, adresse et coordonnées du consommateur et de l'entreprise concernée ;
- Une présentation concise et claire des faits ;
- Le cas échéant, les pièces justificatives à l'appui du dossier ;
- Une déclaration selon laquelle le consommateur a déjà essayé de trouver une solution au litige.

Dans certains cas, d'autres informations sont également nécessaires, comme la preuve d'achat dans le cas d'une garantie ou une copie du contrat dans le cas d'un simple litige contractuel. Là encore, l'évaluation est faite sur une base discrétionnaire, mais assez laxiste.

Il s'avère aussi que souvent, le Service de Médiation pour le Consommateur n'est pas compétent parce que le dossier concerne un litige entre deux consommateurs ou entre entreprises. Les parties sont alors clairement informées de l'existence de voies alternatives et extrajudiciaires pour résoudre leur différend.

Enfin, il est également frappant de constater que le Service de Médiation pour le Consommateur est souvent mis en copie de courriers envoyés par les consommateurs à des entreprises. Le consommateur utilise manifestement le SMC comme moyen de pression. Ce n'est pas notre travail, mais on ne peut pas non plus l'éviter. Les consommateurs qui ont recours à cette tactique reçoivent une lettre leur indiquant que nous ne pouvons pas déclarer leur dossier recevable sur ces simples faits, mais que nous sommes toujours prêts à le faire s'ils ne parviennent pas à trouver un accord avec l'entreprise.

4.4. DOSSIERS NE RELEVANT PAS DE LA COMPÉTENCE DU SMC

4.4.1 Général

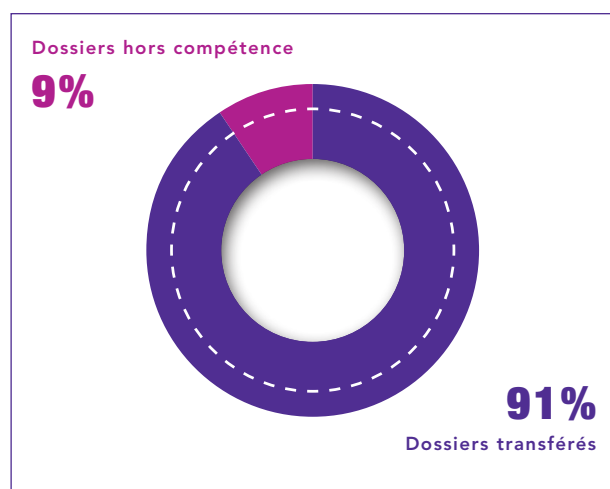
a. Statistiques

	2020	2019	2018	2017	2016
Transférés	3553	2422	2660	3319	2374
Hors mission	362	357	353	358	389
Total	3915	2779	3013	3677	2763

b. Commentaire

Nous essayons d'aider toutes les personnes qui nous contactent du mieux que nous le pouvons. La première évaluation que nous faisons d'un dossier est l'évaluation de compétence. Si un dossier relève de la compétence d'une autre entité qualifiée, il est immédiatement transmis. Les dossiers qui ne relèvent d'aucune compétence (litiges B2B ou C2C ou litiges impliquant une entreprise située en dehors des frontières de l'Espace économique européen) ne peuvent être traités. Nous essayons d'aider le consommateur autant que possible en lui envoyant une lettre d'information.

Dans le premier cas, le dossier du consommateur est donc transféré. Les statistiques suivantes montrent à quels services ces dossiers ont été envoyés.

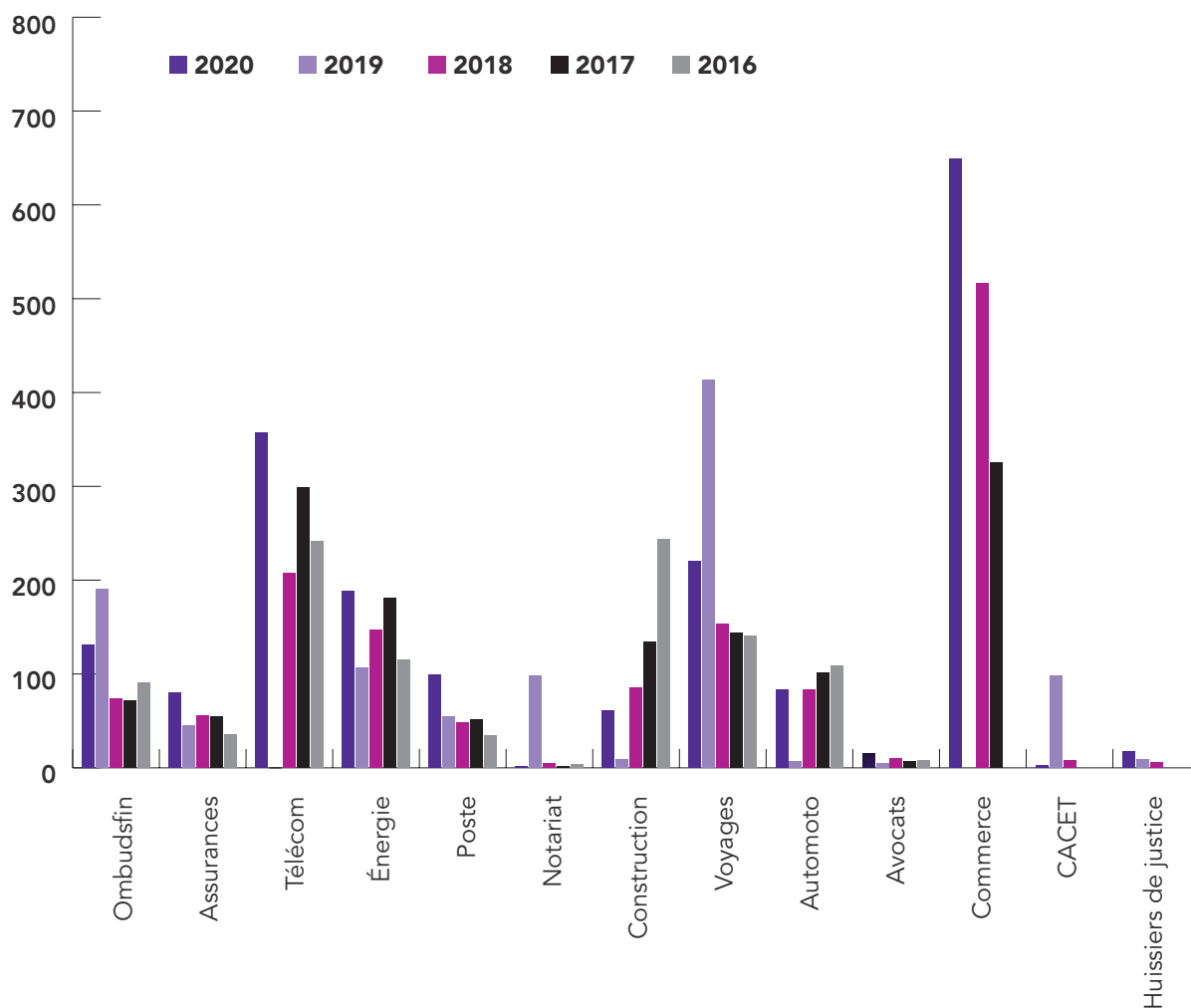


4.4.2 Dossiers transférés

a. Statistiques

	2020	2019	2018	2017	2016
ECC	1537	979	1155	1840	1316
Ombudsfm	131	80	74	72	91
Ombudsman pour les assurances	80	64	56	55	36
Service de Médiation pour les télécommunications	357	248	208	299	241
Service de Médiation pour l'Énergie	188	191	147	181	115
Service de Médiation pour le secteur postal	99	45	48	51	34
Ombudsman pour le notariat	2	0	5	2	4
Commission de Conciliation Construction	61	107	85	134	244
Commission de litiges Voyages	220	55	153	144	141
Médiateur fédéral	20	18	26	15	5
Médiateur flamand	73	85	70	73	19
Médiateur wallon	18	18	10	20	9
Commission de Conciliation Automoto	83	98	83	101	109
Services de médiation pour les avocats	15	9	10	7	8
Ombudsman du Commerce	649	413	516	325	-
CACET	3	7	8	-	-
Huissiers de justice	17	5	6	-	-
Total	3553	2422	2660	3319	2374

b. Histogramme



b. Commentaire

Les dossiers pour lesquels seule une autre entité qualifiée est exclusivement responsable sont immédiatement transmis. Parmi les entités reconnues par le SPF Économie qui traitent le plus de dossiers figurent l'Ombudsman du Commerce (649 dossiers), le Service de Médiation pour les télécommunications (357 dossiers) et la Commission de litiges voyages (220 dossiers). Cette dernière ressort nettement, surtout par rapport aux années précédentes. Les mesures imposées à cause de la crise du coronavirus ont également touché de plein fouet le secteur des voyages, cette situation se reflète dans l'augmentation du nombre de plaintes que nous leur avons transféré.

L'histogramme ne comprend que les entités qualifiées. Toutefois, le Service de Médiation pour le Consommateur renvoie également les dossiers vers d'autres entités. À l'instar des Médiateurs fédéral, wallon et flamand, le CEC n'est pas une entité qualifiée. Les dossiers que le SMC transmet à ces services sont techniquement des dossiers qui ne relèvent pas de la compétence des entités qualifiées. Ces dossiers sont malgré tout transférés afin d'offrir un service optimal au consommateur.

649

dossiers ont été transférés à
l'Ombudsman du Commerce

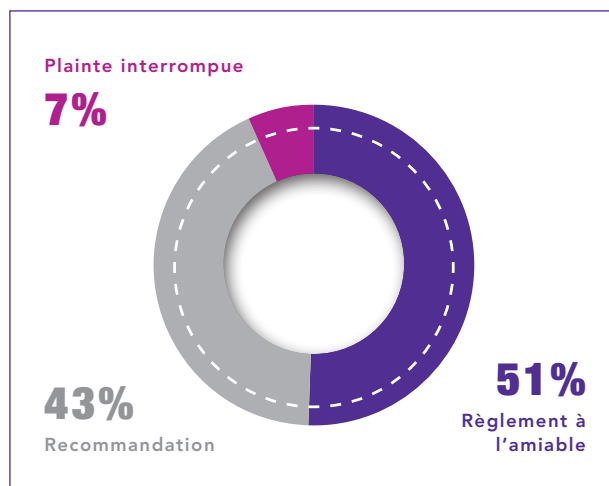
4.5 DOSSIERS RÉSIDUAIRES CLÔTURÉS

4.5.1 Général

a. Statistiques

	Totaal 2020	% 2020	% 2019	% 2018	% 2017	% 2016
Règlement à l'amiable	1984	51 %	47 %	55 %	48 %	50 %
Recommandation	1655	43 %	47 %	33 %	22 %	37 %
Plainte interrompue	255	7 %	6 %	12 %	30 %	13 %
Total	3894	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

b. Diagramme



c. Commentaire

En 2020, le SMC a pu clôturer 3894 dossiers recevables et résiduares, soit 36 % de plus que l'année précédente, où 2854 dossiers avaient été clôturés. **Un règlement à l'amiable a été trouvé pour 51% des dossiers clôturés.** Pour 1655 dossiers, aucune solution n'a pu être trouvée et une recommandation a été formulée. Enfin, 255 dossiers ont été interrompus par le consommateur au cours de la procédure.

51%

Dans 51 % des cas, un règlement à l'amiable a pu être atteint

4.5.2 Réaction de l'entreprise à une recommandation

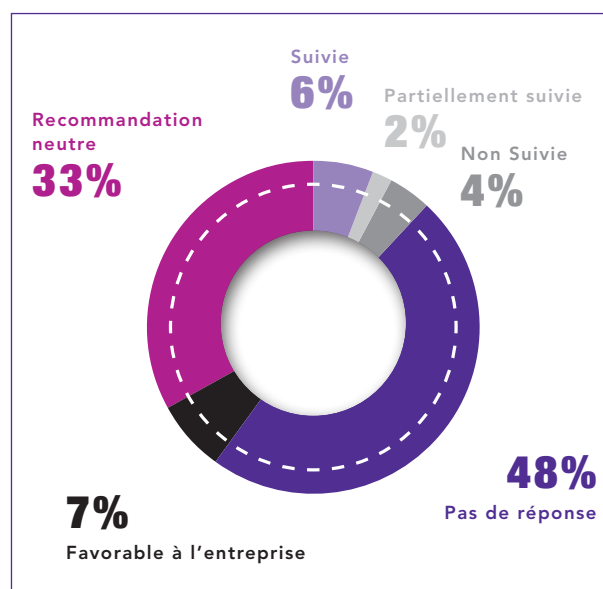
a. Statistiques

		2020	% 2020
Recommandation en faveur du consommateur	Suivie	97	6
	Partiellement suivie	30	2
	Non Suivie	70	4
	Pas de réponse	784	48
Recommandation en faveur de l'entreprise		120	7
Recommandation neutre		554	33
Total		1338	100

b. Commentaire

Le SMC a formulé un total de 1655 recommandations en 2020. Les recommandations sont formulées à la fin du processus de médiation, lorsqu'aucun règlement à l'amiable n'a pu être trouvé. Elles représentent le point de vue personnel sur le dossier et l'opinion du SMC quant à la solution souhaitée. La majorité des recommandations (981 dossiers) ont été formulées en faveur du consommateur. Nous attendons également une réponse motivée de l'entreprise à ces recommandations, il s'agit d'ailleurs d'une obligation légale. Le non-respect de cette obligation légale est également passible de sanctions administratives, qui sont décrites dans le livre XV du Code de Droit économique.

Enfin, le SMC a également formulé 120 recommandations en faveur de l'entreprise et 554 recommandations neutres. Ces dernières proposent bien une solution, mais ne donnent pas nécessairement un avantage à l'une des deux parties.



34%

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

4.6 TOP SECTEURS 2020⁶

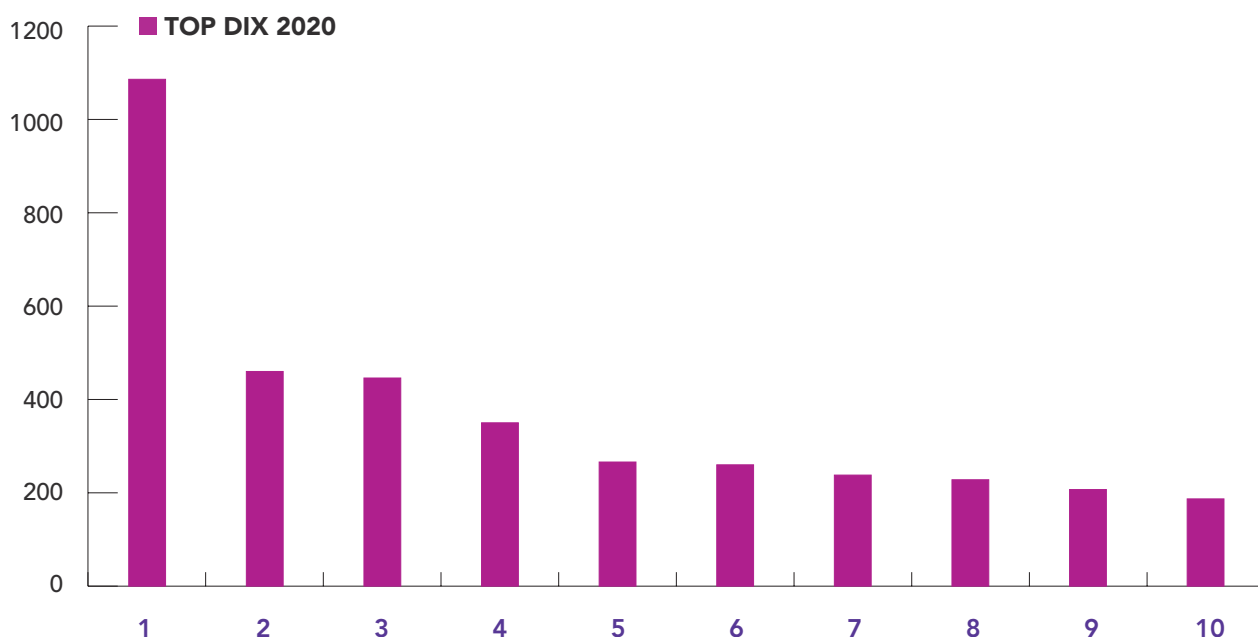
a. Statistiques⁷

Top dix 2020

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Services relatifs à l'entretien et à la réparation du logement	1086
2	Meubles et décoration	460
3	Compagnies aériennes	446
4	Services en lien avec les sports et les loisirs	350
5	Habillement et chaussures	266
6	Biens TIC (technologies de l'information et de la communication)	260
7	Gros appareils électroménagers	238
8	Électronique (non TIC ou récréatif)	228
9	Biens en lien avec les sports et les loisirs	207
10	Hôtels et autres logements de vacances	187

Top dix 2019

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Services relatifs à l'entretien et à la réparation du logement	742
2	Meubles et décoration	406
3	Biens TIC (technologie de l'information et de la communication)	283
4	Marchandises relatives à l'entretien et à la réparation du logement	261
5	Gros appareils électroménagers (aspirateurs et micro-ondes compris)	182
6	Services en lien avec les sports et les loisirs	166
7	Compagnies aériennes	161
8	Électronique (non TIC ou récréatif)	154
9	Habillement et chaussures	153
10	Cosmétique et produits d'hygiène corporelle	110



Top dix 2018

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Entretien et réparation du logement (marchandises et services)	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

b. Commentaire

Le secteur des « Services relatifs à l'entretien et à la réparation du logement » a de nouveau 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 jardins, de chauffage central, etc. Durant les différentes périodes de mesures restrictives dues à la pandémie, nous avons en effet pu constater que de nombreux services de petits travaux avaient du mal à tenir leurs promesses. Des contrats n'ont pas pu être honorés et les réceptions ont été retardées. Cette situation a conduit à une augmentation considérable des dossiers dans ce secteur.

De nombreux dossiers ont également été introduits dans le secteur de l'ameublement. Il s'agissait souvent d'un problème de garantie ou de la non-livraison de commandes (en ligne). Pendant le confinement, nous avons pu constater que de nombreux consommateurs ont acheté des meubles (de jardin) et que les livraisons ne se sont pas toujours déroulées sans heurts.

Enfin, 446 dossiers ont également été introduits contre des compagnies aériennes. La crise du coronavirus a eu un sérieux impact sur ce secteur, car de nombreux consommateurs ont vu leurs voyages et/ou leurs vols - souvent réservés et payés d'avance - annulés.

6 Le SMC utilise la répartition telle qu'elle est exprimée dans la recommandation de la Commission européenne 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.

7 Les chiffres dans les points 4.6 et 4.7 sont basés sur les dossiers recevables et irrecevables

4.7 TOP CATÉGORIES 2020

a. Statistiques

Top dix 2020

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Non livré/non fourni	1038
2	Garantie légale non attribuée	565
3	Défauts, dommages causés	507
4	Service après-vente	331
5	Résiliation du contrat	329
6	Le produit ne satisfait pas à la commande	278
7	Paiements (par exemple, acomptes et délais)	277
8	Facture erronée	267
9	Facture injustifiée	247
10	Livré/fourni partiellement	239

Top dix 2019

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Non livré/non attribuée	747
2	Garantie légale non attribuée	534
3	Défauts, dommages causés	528
4	Facture injustifiée	320
5	Ne satisfait pas à la commande	274
6	Facture erronée	263
7	Livré/fourni partiellement	207
8	Résiliation du contrat	174
9	Paiements (par exemple Acomptes et délais)	161
10	Délai de rétractation/de réflexion	124



Top dix 2018

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Défauts, 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

b. Commentaire

En 2020, de très nombreux biens n'ont pas été livrés ou de nombreux services n'ont pas été fournis, ces faits sont directement liés à la crise du coronavirus. En 2020, grâce à la pandémie susmentionnée, les achats en ligne ont été extrêmement nombreux, ce qui a entraîné beaucoup de retards de livraison des marchandises. De nombreux services ont également été reportés ou annulés, souvent en raison des mesures restrictives imposées pour contenir la pandémie.

L'on notera également que 331 dossiers relatifs à des services après-vente déficients ont été déposés en 2020. Ici aussi, l'influence des mesures de restriction concernant la crise du coronavirus se ressent. De nombreuses entreprises ont dû fermer leurs portes ou modifier leurs méthodes de travail, ce qui a réduit leur accessibilité.

4.8 TOP 10 ENTREPRISES

a. Statistiques

Top dix 2020

N°	ENTREPRISE	PLAINTES
1	Brussels Airlines	247
2	Basic-Fit	217
3	Krëfel	166
4	TUI Belgium	115
5	Coolblue	81
6	Fnac	63
7	Hubo	61
8	Lommelen	55
9	Fun Belgium	39
10	Caltexx	31

Top dix 2019

N°	ENTREPRISE	PLAINTES
1	Brussels Airlines	89
2	Caltexx	85
3	Basic-Fit Belgium	74
4	Krëfel	74
5	Fnac Belgium	58
6	Comforium	51
7	Tui Airlines Belgium	50
8	Electro Promo	42
9	Europcar	35
10	Vivaqua	31

Top dix 2018

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

b. Commentaire

Cette statistique montre les entreprises contre lesquelles nous avons reçu le plus de dossiers en 2020. Il n'est pas surprenant que l'on retrouve dans cette statistique les entreprises touchées par les mesures prises pour lutter contre la pandémie. Tant les compagnies aériennes (Brussels Airlines et Tui Belgium, respectivement 247 et 115 dossiers) que les centres de fitness (Basic Fit - 217 dossiers) ont été contraints de fermer leurs portes.

Les statistiques incluent également les détaillants en électronique (Krëfel - 166 dossiers, Coolblue - 81 dossiers et Fnac - 63 dossiers). Les dossiers traités par le SMC à l'encontre de ces sociétés concernaient principalement des retards dans la livraison de commandes en ligne.

4.9 DÉLAI MOYEN DE TRAITEMENT D'UN DOSSIER

Le délai moyen de traitement d'un dossier en 2019 était de 55 jours. C'est moins qu'en 2019, où le délai de traitement des dossiers était en moyenne de 64 jours.



5

PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES

LE SERVICE DE MÉDIATION POUR
LE CONSOMMATEUR PRÉCONISE
UN ANCRAGE JURIDIQUE DU PRINCIPE
QUID PRO QUO EN CAS DE FORCE
MAJEURE.

5.1 FORMATIONS ET RECYCLAGES

5.1.1 Exemples

Exemple 1

Mme V. s'est inscrite à un cours intitulé « Comment utiliser votre tablette ». Elle a réglé une somme pour le cours et pour le syllabus imprimé. En raison des mesures de restriction relatives au COVID-19, le cours a été interrompu après quelques jours. Mme V. a dès lors demandé le remboursement d'une partie des frais d'inscription ou une réduction pour un prochain cours. L'entreprise n'a pas voulu accéder aux demandes de la consommatrice, qui a donc fait appel au Service de Médiation pour le Consommateur.

Malheureusement, le SMC n'a pas pu obtenir la coopération de l'entreprise et a décidé de clôturer le dossier avec une recommandation en faveur de la consommatrice.

L'argumentation avancée par le SMC réside dans le principe du *quid pro quo* (également appelé : principe de la contrepartie). Nous estimons en effet que lorsqu'une entreprise n'a pas fourni de service, aucun frais ne peut être facturé (sauf exception bien sûr).

Le SMC a enjoint à l'entreprise de rembourser une partie des frais d'inscription, éventuellement sous la forme d'une réduction sur un cours ultérieur.

Exemple 2

M. C. s'est inscrit à un cours d'électricité et a payé les frais d'inscription requis. Toutefois, il a rapidement changé d'avis et s'est désinscrit quelques heures plus tard. M. C. a alors demandé le remboursement des frais d'inscription.

L'entreprise refuse de procéder au remboursement, car elle considère que le droit de rétractation ne s'applique pas dans ce cas. Selon l'entreprise, le droit de rétractation ne peut être exercé pour les services liés aux activités de loisirs. De plus, si cet argument n'était pas retenu, l'entreprise prétend offrir un service aux professionnels et non aux consommateurs.

L'entreprise fait également valoir qu'après le paiement, M. C. a été automatiquement redirigé vers

la plateforme en ligne et a eu accès à l'ensemble du matériel didactique et des manuels électroniques.

Il n'a pas été possible de parvenir à un règlement à l'amiable entre les parties. Le SMC a émis des réserves quant à l'applicabilité des exceptions de l'article VI.53 du Code de Droit économique que la société invoque pour échapper au délai de rétractation. De plus, nous sommes d'avis que la qualification du participant au cours en tant que consommateur ou entreprise devrait être faite *in concreto*. Dès lors qu'une personne s'inscrit à un cours le fait en tant que consommateur, les règles relatives à la protection des consommateurs s'appliquent. Cela signifie que l'entreprise ne peut pas exclure a priori l'application des dispositions du livre VI du Code de Droit économique concernant la vente à distance.

Le SMC a en l'espèce décidé de clôturer le dossier avec une recommandation en faveur du consommateur.

Exemple 3

M. R. s'est inscrit à une formation de cuisinier-gérant de restaurant. Lors du premier cours, il est apparu que la formation était très théorique alors que le site Web de l'entreprise indiquait qu'il s'agirait d'une formation pratique. M. R. a quitté la classe au bout d'une heure, de ce qui aurait dû être une leçon de trois heures, car la formation ne répondait pas à ses attentes.

M. R. a contacté la société et a demandé le remboursement des frais d'inscription en raison de la publicité mensongère.

Le SMC a reçu très peu de coopération de la part de l'entreprise et a dû envoyer des rappels à plusieurs reprises.

La société a exceptionnellement accepté de rembourser les frais d'inscription moyennant la retenue de frais administratifs. Un règlement à l'amiable a finalement été atteint, car M. R. a accepté la proposition de l'entreprise.

5.1.2 Commentaire

La plupart des litiges impliquant des centres de formation sont liés à un manque d'informations précontractuelles. Dans la plupart des cas, le contrat



est conclu à distance et bien que les conditions générales soient communiquées au consommateur, le SMC constate malheureusement souvent qu'elles sont rédigées de manière vague et incompréhensible. Les conditions générales contiennent souvent des informations incorrectes et ne sont pas conformes à la réglementation en vigueur.

En outre, il existe une discussion avec les entreprises quant à la qualité du consommateur lors de l'inscription à un cours. Le SMC considère les participants qui s'inscrivent à un cours *a priori* comme des consommateurs au sens du Code de Droit économique, sauf s'il peut être clairement démontré que le consommateur s'inscrit en tant que professionnel.

Un contrat doit être qualifié sur la base de la qualité que revêtent les parties au moment de la conclusion du contrat et non sur la base d'une qualité potentielle à un moment ultérieur (après avoir suivi la formation). Le droit des consommateurs est donc applicable dans ces cas, ce que les entreprises contestent souvent.

5.1.3 Axes d'amélioration

Le SMC insiste sur le fait que les informations précontractuelles doivent être claires et transparentes. La notion d'information joue un rôle important dans la conclusion d'un contrat afin que les consommateurs puissent prendre une décision éclairée et correcte quant à la conclusion du contrat.

Il convient également de noter qu'en 2020, le SMC a reçu plus de dossiers de médiation liés aux centres de formation que les années précédentes. Bien que ces centres communiquent fréquemment avec nous, ils adoptent rarement une attitude constructive. Nous souhaitons donc que la coopération avec les centres de formation s'améliore à l'avenir. Une attitude constructive de la part des deux parties est une nécessité pour une médiation réussie.

5.2 COMPAGNIES AÉRIENNES

5.2.1 Exemples

Exemple 1

Un vol régulier de Bruxelles à Toronto a été retardé et finalement annulé. En conséquence, M. A. est arrivé à destination avec plus de 24 heures de retard. Il a rempli le formulaire en ligne de la compagnie aérienne afin de demander une compensation. Cependant, la compagnie aérienne a refusé de verser une compensation parce que l'annulation était prétendument due à un objet étranger sur la piste, un événement indépendant de la volonté de la compagnie aérienne. Le consommateur s'est plaint au SMC parce qu'il n'était pas d'accord.

Le règlement européen sur le droit des passagers 261/2020 régit l'indemnisation des passagers. Les retards donnent droit à une compensation. Toutefois, le règlement prévoit une exception à l'obligation d'indemnisation en cas de circonstances extraordinaires « qui n'auraient pas pu être évitées même si toutes les mesures raisonnables avaient été prises ». La Cour de Justice a décidé dans la jurisprudence qu'un corps étranger sur la piste pouvait être qualifié de circonstance extraordinaire. Mais la charge de la preuve en la matière incombe toujours à la compagnie aérienne.

Le SMC a estimé qu'une simple mention ne constituait pas une preuve concluante et a demandé à la compagnie aérienne de fournir une telle preuve. Nous avons reçu des rapports techniques et des notifications de l'aéroport qui indiquaient clairement que la compagnie aérienne avait raison. Le SMC a vu suffisamment de preuves en faveur de la compagnie aérienne et le consommateur a finalement accepté. Par conséquent, aucune indemnité n'a été versée.

Exemple 2

Après des vacances au soleil, le vol de retour de M. S. a été reporté d'un jour. La compagnie aérienne a annoncé ce changement plus de deux semaines à l'avance. Néanmoins, le consommateur a demandé une compensation pour le retard, car il a dû rester un jour de plus sur son lieu de séjour. La compagnie aérienne a estimé qu'aucune indemnisation n'était due lorsque le passager était informé de la modification de l'horaire du vol plus de deux semaines avant

le départ. Le SMC a reçu une plainte du consommateur afin d'obtenir une indemnisation malgré tout.

En cas d'annulation d'un vol, conformément à l'article 5 du Règlement européen 261/2004, le passager a droit à : un autre vol ou un remboursement du billet, une prise en charge (repas et rafraîchissements, hébergement à l'hôtel, transport entre l'aéroport et l'hôtel et deux appels téléphoniques), une compensation variant entre 250 et 600 euros. Le SMC n'a pas pu trouver de solution à l'amiable lors de sa médiation et a rédigé une recommandation en faveur du consommateur. Dans cette recommandation, elle a indiqué que le consommateur n'avait pas droit à une indemnisation, mais qu'il avait droit au remboursement des frais de « prise en charge », c'est-à-dire le coût du séjour d'une journée supplémentaire. Après avoir reçu la recommandation, la société a procédé au remboursement de ces frais pour un montant de 200 €.

Exemple 3

Mme D. a réservé trois billets d'avion pour un départ en avril. Le vol a été annulé en raison de la crise du coronavirus. Elle a contacté la compagnie aérienne par téléphone pour demander un remboursement, car ses e-mails étaient restés lettre morte. La compagnie aérienne a indiqué qu'elle ne savait pas combien de temps il faudrait pour que l'argent soit remboursé. Il y avait beaucoup d'incertitudes pendant cette période exceptionnelle et le consommateur l'a compris. Cependant, Mme D. a demandé un e-mail de confirmation de l'annulation et de la promesse de remboursement. Selon la société, cela n'était pas possible en vertu de ses règles internes. La consommatrice s'est adressée au SMC pour recevoir une confirmation selon laquelle elle avait droit à un remboursement.

Le SMC a reçu un message de la société indiquant que le remboursement avait été enregistré, mais que l'exécution prendrait un certain temps. La consommatrice a été satisfaite de cette réponse et le dossier a pu être clôturé par un règlement à l'amiable. Trois mois plus tard, nous avons reçu le message indiquant que le paiement avait été effectué.

Exemple 4

Après le premier confinement, Mme R. a acheté deux billets aller-retour pour Oslo pour le mois

d'août. Lors de sa réservation sur le site Web, elle a supposé qu'un message apparaîtrait concernant d'éventuelles mesures corona. Après avoir effectué et payé la réservation, la consommatrice a poursuivi ses recherches et découvert que les touristes n'étaient pas autorisés à entrer en Norvège pendant la période prévue en raison des mesures prises par le gouvernement norvégien. La compagnie aérienne a informé la consommatrice que les vols ne pouvaient pas être annulés, mais qu'une nouvelle réservation gratuite était possible. Cependant, la consommatrice a estimé que la compagnie aérienne aurait dû l'informer et a exigé un remboursement.

Le SMC a joué le rôle de médiateur dans cette affaire et a entendu les points de vue des deux parties. La compagnie aérienne a fait valoir que chaque passager est tenu de vérifier les conditions d'entrée du pays dans lequel il se rend. C'est d'ailleurs indiqué sur leur site Web. Cette position a été communiquée à la consommatrice qui a finalement accepté leur position.

5.2.2 Commentaire

La crise du coronavirus a dominé les litiges relatifs au transport aérien. Au cours des premiers mois du confinement, l'incertitude régnait quant aux annulations, aux remboursements et aux nouvelles réservations. La plupart des problèmes concernaient donc ces questions. Pour les compagnies aériennes comme pour les passagers, la situation était exceptionnelle. Chacun ayant dû s'adapter en permanence aux nouvelles réglementations en matière de sécurité et de santé, qui variaient en fonction de la période et des nombreuses destinations. Cela a également rendu la médiation difficile pour le SMC. Non seulement les remboursements étaient souvent retardés, mais la communication et le traitement des plaintes par les entreprises étaient également très lents. Le SMC lui-même a également remarqué qu'il fallait souvent beaucoup de temps avant de recevoir une réponse, alors qu'auparavant les dossiers pouvaient être traités plus rapidement. Malgré les solutions trouvées dans la majorité des cas, les longs délais d'attente ont été une source d'irritation pour de nombreux consommateurs.



5.2.3 Axes d'amélioration

Le fil conducteur de ces dossiers était le besoin d'informations claires et promptes. Les compagnies aériennes ont été submergées de plaintes, de questions et de problèmes. Le délai de traitement des plaintes et des remboursements a donc considérablement augmenté. Malgré ces difficultés, les compagnies aériennes doivent faire tout ce qui est en leur pouvoir pour respecter les droits des passagers et traiter les plaintes de manière adéquate. Une réponse rapide est essentielle.

Mais les consommateurs ont également le devoir de bien s'informer sur les mesures corona applicables dans leur pays et à leur destination afin d'éviter les mauvaises surprises tant que faire se peut.

Enfin, il est également important que les autorités appliquent des mesures claires et prévisibles afin de garantir la sécurité juridique. Tous les acteurs économiques gagnent à bénéficier de mesures claires et correctes, en particulier en période de crise.

5.3 ÉVÉNEMENTS ET RÉSERVATIONS

5.3.1 Exemples

Exemple 1

Le 4 janvier 2020, Madame A. avait acheté 2 tickets pour assister à un festival qui devait se dérouler au mois de juillet 2020. Cependant, en raison de la crise sanitaire sans précédent que traverse en ce moment notre pays, le Conseil national de Sécurité a pris la décision d'interdire tous les événements de masse jusqu'au 31 août 2020. Les organisateurs du festival étaient dès lors contraints d'annuler le festival et avaient proposé à tous les détenteurs de tickets un bon à valoir pouvant être utilisé librement pour les éditions de 2021 et 2022. Madame A. n'était pas satisfaite par cette solution et souhaitait malgré tout obtenir le remboursement de ses tickets.

Afin de limiter l'impact de la crise sanitaire sur l'économie, le gouvernement avait en effet adopté un arrêté ministériel prévoyant que lorsqu'une activité de nature culturelle, sociale, festive, folklorique, sportive ou récréative ne pouvait avoir lieu en raison de la

crise du coronavirus, l'organisateur était en droit de délivrer un bon à valoir au lieu d'un remboursement sous plusieurs conditions. Le bon devait notamment couvrir la valeur totale du montant payé, être valable pendant au moins deux ans, préciser qu'il était lié à la crise du coronavirus et n'engendrer aucun coût pour le consommateur. Cet arrêté précisait en outre que le consommateur ne pouvait pas refuser le bon si toutes les conditions précitées étaient remplies.

Étant donné que l'ensemble des conditions étaient réunies en l'espèce, le Service de Médiation pour le Consommateur a décidé de formuler une recommandation en faveur de l'entreprise et a clôturé le dossier.

Exemple 2

Le 10 mars 2020, Monsieur D. avait réservé deux places pour assister à un événement où devait se produire le chanteur Mika. Cependant, en raison de la crise sanitaire, le festival qui devait avoir lieu en juillet 2020 a été annulé. Avant de demander le remboursement de ses tickets, Monsieur D. décide d'attendre que les organisateurs annoncent les artistes pour la prochaine édition. Le 21/08/2020, il reçoit le programme de la prochaine édition et constate que Mika ne figure pas parmi les artistes. Le courrier propose comme solution un choix entre le report ou un bon d'achat permettant d'acheter de nouveaux tickets pour l'édition 2021 ou 2022.

Dans ce dossier, le SMC n'a reçu aucune collaboration de la part de l'entreprise et a décidé de formuler une recommandation en faveur du consommateur. En effet, même si l'arrêté ministériel du 19/03/2020 prévoit que la personne qui organise l'activité est en droit de délivrer un bon à valoir au lieu d'un remboursement, ce dernier prévoit aussi que la nouvelle activité doit avoir les mêmes caractéristiques essentielles que l'activité initiale c'est-à-dire les caractéristiques qui ont amené le consommateur à acheter le ticket.

En l'espèce, Monsieur D. avait acheté ses tickets uniquement pour assister à la représentation du chanteur Mika qui était présenté comme tête d'affiche du festival. La représentation de cet artiste devait donc être considérée comme une caractéristique essentielle.

Par conséquent, le SMC a considéré que le consommateur était en droit de refuser le bon à valoir et de demander le remboursement de ses tickets.

Exemple 3

Monsieur K. avait réservé une salle de réception pour fêter l'anniversaire de ses 60 ans et avait versé un acompte de 500€ conformément au contrat. La réception devait avoir lieu le 28 mars 2020 et devait rassembler une cinquantaine de personnes. À la suite des mesures restrictives prises par le gouvernement, Monsieur K. décide d'annuler sa réservation et demande le remboursement de son acompte. Cependant, l'entreprise annonce qu'elle conservera tous les acomptes déjà versés, mais que ceux-ci pourront être utilisés à une date ultérieure. Ne souhaitant pas reporter l'événement, Monsieur K. a introduit une demande de médiation afin d'obtenir le remboursement de son acompte.

L'arrêté ministériel n'étant pas applicable aux réservations de salles, il fallait s'en tenir au contrat et aux conditions générales. En l'espèce, le contrat de salle ne contenait aucune clause faisant référence à la force majeure. En revanche, il était indiqué qu'en cas d'annulation, pour quelque cause que ce soit, l'intégralité des acomptes sera exigible et les acomptes déjà versés seront acquis au prestataire.

Les parties n'ayant aucune intention de faire un compromis, il n'a pas été possible de trouver un règlement à l'amiable.

5.3.2 Commentaire

La pandémie et les mesures restrictives afférentes ont pratiquement paralysé le pays et son économie. Pratiquement tous les événements et festivals ont été annulés, qu'il s'agisse d'événements organisés par de grandes entreprises ou de petites fêtes privées. De nombreux mariages, fêtes de départ à la retraite et fêtes de communion n'ont pas pu avoir lieu.

En ce qui concerne les festivals et autres manifestations publiques, le gouvernement fédéral a élaboré assez rapidement une réglementation, fixée par un décret ministériel. De nombreux dossiers étaient attendus dans ce secteur, mais aucun ne fut déposé.

D'une part, nous supposons que les consommateurs et les entreprises ont fait preuve d'une grande compréhension mutuelle pour ces circonstances particulières, et d'autre part, nous pensons également que ce décret ministériel y a contribué. Le décret ministériel est sorti rapidement et il était également clair et transparent.

D'autre part, le concept de force majeure s'est avéré difficile à appliquer et vague. Il n'a pas toujours été possible pour le Service du Médiation pour le Consommateur d'expliquer les nuances de ce concept aux parties au cours de la procédure de médiation. Par exemple, il était difficile d'invoquer la force majeure d'un événement imprévisible lorsqu'une réservation avait été faite après la survenue de la pandémie. D'autre part, la force majeure doit permettre l'exécution de la convention par les parties, ce qui, à notre avis, n'était pas le cas pour les paiements et remboursements. En effet, les mesures corona n'ont pas empêché les paiements électroniques d'être effectués.

5.3.3 Axes d'amélioration

Le Service de Médiation pour le Consommateur souligne à nouveau que le décret ministériel sur les événements a porté ses fruits. Peu de dossiers ont été déposés dans ce secteur. Toutefois, nous tenons à souligner qu'un remboursement du billet est souhaitable si le consommateur a acheté un billet en raison de la présence d'un artiste en particulier, et que cet artiste ne figure pas ou ne figurerait pas à nouveau à l'affiche.

Le concept de force majeure, quant à lui, doit être clairement défini. Le Service de Médiation pour le Consommateur préconise un ancrage juridique du principe *quid pro quo* en cas de force majeure. Ce principe impliquerait qu'un paiement ne pourrait être retenu que pour les services réellement rendus, ainsi que pour les préparations réellement effectuées qui ont été payées et/ou avancées par l'entreprise.



5.4 LIVRAISONS

5.4.1 Exemples

Exemple 1

M. S. a commandé des marchandises en ligne, mais elles ne lui sont jamais parvenues. Il a ensuite essayé de contacter l'entreprise, mais sans succès. M. S. a finalement fait appel au Service de Médiation pour le Consommateur afin de résoudre son problème. Nous avons réussi à joindre l'entreprise, qui nous a informés que l'article n'était plus en stock, ce qui rendait la livraison de l'article impossible. Elle a ensuite procédé au remboursement.

Exemple 2

M. V. a commandé des marchandises en ligne, mais celles-ci ont été égarées lors de la livraison, en raison d'une prétendue erreur du transporteur. Les marchandises n'ont donc jamais atteint leur destination. Le consommateur a alors demandé un remboursement à l'entreprise. La société n'ayant pas répondu, le consommateur a fait appel au Service de Médiation pour le Consommateur.

L'entreprise estimait que le risque de perte incombait au destinataire et ne souhaitait donc pas procéder au remboursement dans un premier temps. Le Service de Médiation pour le Consommateur a pu expliquer la réglementation aux parties. L'entreprise a ensuite procédé au remboursement.

5.4.2 Commentaire

L'apparition de la pandémie et les mesures restrictives qui ont suivi ont eu un impact majeur sur le comportement d'achat des Belges. De nombreux consommateurs ont acheté (davantage) en ligne et les services postaux ont tourné à plein régime. Le Service de Médiation pour le Consommateur a donc reçu de nombreux dossiers concernant l'absence de livraisons, des livraisons tardives ou des colis endommagés.

Dans ces cas, il est souvent difficile pour les parties de savoir quelles sont les relations contractuelles, et avec qui elles sont nouées. Par exemple, les entreprises pensent souvent que le consommateur est responsable de la perte ou de l'endommagement du colis, ou les consommateurs poursuivent les coursiers

pour obtenir un remboursement pour un colis qui n'a jamais été livré.

Le Service de Médiation pour le Consommateur souligne que dans la plupart des cas, le lien contractuel lie uniquement le consommateur et le vendeur et non le consommateur et le service de livraison de colis. Par conséquent, si le colis arrive trop tard ou pas du tout à sa destination, le consommateur doit s'adresser au vendeur en premier lieu. Le vendeur supporte le risque jusqu'à ce que le consommateur accuse réception du colis.

Le vendeur, à son tour, peut ensuite s'adresser à la société de transport de colis qui était responsable de ses livraisons, afin de savoir ce qu'il s'est passé et quelle solution peut être trouvée.

5.4.3 Axes d'amélioration

À moins que les parties n'aient convenu d'un autre délai de livraison, les livraisons entre les consommateurs et les entreprises doivent se produire dans les trente jours. Si tel n'est pas le cas, le consommateur devra proposer un nouveau délai de livraison. Si la livraison n'est toujours pas effectuée, le consommateur a le droit de résilier le contrat sans frais.

Le Service de Médiation pour le Consommateur rappelle ces cinq conseils dispensés par le SPF Économie :

- Réfléchissez bien aux options de livraison proposées par l'entreprise.
- Renseignez-vous sur le service d'expédition de colis choisi par l'entreprise.
- Renseignez-vous au sujet des éventuels frais de transport supplémentaires.
- Soyez complets lorsque vous saisissez vos coordonnées.
- À la livraison, vérifiez immédiatement le contenu du colis. S'il y a un problème, refusez le colis et faites-nous connaître le motif du refus.

La SMC a également pu constater qu'un certain nombre d'entreprises de transport de colis laissaient leurs colis aux consommateurs sans surveillance, en

invoquant une clause peu claire de leurs conditions générales. Ainsi, le risque est transféré au consommateur dès que le colis est laissé sur place. Le consommateur ne serait plus obligé d'être présent lors de la livraison, et ne pourrait donc pas vérifier le colis. Ces pratiques ne nous semblent pas correctes. Laisser un colis sans surveillance sans le consentement du destinataire est une exonération injustifiée du service principal de l'entreprise de colis, à savoir la livraison du colis au destinataire.

5.5 CENTRES DE REMISE EN FORME

5.5.1 Exemples

Exemple 1

Un consommateur s'est inscrit en ligne auprès d'une salle de fitness en souscrivant un abonnement, mais sans effectuer de paiement en ligne. Ensuite, le consommateur se présente à la salle de sport en précisant qu'il s'est déjà inscrit préalablement et souhaite effectuer le paiement. L'agent d'accueil lui demande de recommencer son inscription via la borne installée à l'accueil afin d'effectuer le paiement. À la fin du procédé, le consommateur reçoit sa carte d'accès.

Quelques mois plus tard, en vérifiant ses comptes, le consommateur s'aperçoit que l'entreprise lui prélève le montant de deux abonnements. Le consommateur prend contact avec le service clientèle de l'entreprise qui au départ l'informe qu'il avait bien souscrit deux abonnements. Le consommateur explique les circonstances de son inscription tout en soulignant qu'il ne dispose que d'une seule carte d'accès à la salle de sport. L'entreprise finit par accepter qu'une erreur s'est produite en assurant que le deuxième prélèvement va être supprimé et que le consommateur va recevoir un remboursement du montant total de 242,55€ prélevé par erreur.

Quelques semaines passent, le consommateur ne voyant rien arriver, relance l'entreprise qui lui dit que le remboursement va être effectué. Mais, neuf mois d'attente plus tard, le remboursement n'a toujours été pas effectué.

Suite à l'intervention du Service de Médiation pour le Consommateur, l'entreprise a remboursé les sommes indûment perçues sur le compte bancaire du consommateur.

Exemple 2

Le 10 mars 2020, un consommateur se rend auprès d'une salle de sport pour procéder à son inscription. L'employé de la salle l'aide à souscrire un abonnement d'un an d'une valeur de 279,86€.

Rentré chez lui, le consommateur télécharge l'application et constate une erreur dans son contrat dans la mesure où le prix d'une année correspond au prix de quatre semaines. Il se rend sur place le 11 mars 2020, puis le 12 mars sans pouvoir trouver un employé pour lui expliquer de quoi il s'agit. Ensuite, le 13 mars, intervient le confinement suite au Covid19.

Le consommateur a commencé à envoyer des courriels à l'entreprise, sans recevoir aucune réponse jusqu'à ce qu'un jour il reçoive un rappel de paiement du service de recouvrement de l'entreprise. Il envoie un courriel à ce service pour expliquer son inquiétude, mais ne reçoit aucune réponse. Puis il reçoit un deuxième rappel, puis une mise en demeure à payer un montant de 342,37€. Las de cette situation, le consommateur a fait appel au Service de Médiation pour le Consommateur.

En médiation, l'entreprise a rassuré le consommateur. L'entreprise a apporté l'information recherchée par le consommateur tandis que le consommateur a opté pour l'option de geler son abonnement pendant la période de fermeture des salles à cause du covid19.

Exemple 3

Un consommateur fait appel au Service de Médiation pour le Consommateur, car il a tenté en vain de résilier son abonnement via le site Internet de la salle de fitness dont il est membre. Tous ses essais sont jusque-là restés vains.

Suite à l'intervention du Service de Médiation pour le Consommateur, l'entreprise qui réclamait des frais de clôture au consommateur a réanalyser le cas et revu sa position. Elle a pu annoncer au consommateur qu'elle lui rembourserait une somme de 5,69€.



5.5.2 Commentaire

Les centres de fitness n'ont pas non plus été épargnés par la pandémie de 2020. Ils ont été obligés de fermer leurs portes, ce qui leur a causé beaucoup de soucis. Ce fut une période très difficile pour ces entreprises. Certains centres sportifs ont communiqué rapidement et clairement au sujet des mesures qu'ils ont été contraints de prendre et de l'impact qu'elles auraient sur leurs membres. D'autres centres se sont tus dans toutes les langues.

Les consommateurs paient généralement leur abonnement de fitness par domiciliation. Ce paiement mensuel s'est poursuivi même après que les centres sportifs ont été contraints de fermer. Il n'y a donc pas eu de contrepartie au paiement de la cotisation par le consommateur. En outre, les centres de remise en forme étaient également difficiles à joindre, tant pour les consommateurs eux-mêmes que pour le Service de Médiation pour le Consommateur.

Enfin, il semble plus rapide et plus facile de souscrire un abonnement que de résilier un contrat. Il arrive aussi fréquemment que les consommateurs pensent avoir résilié un contrat en toute légalité et qu'une facture apparaisse par la suite. Que ce soit par l'intermédiaire d'un agent de recouvrement à l'amiable ou non.

5.5.3 Axes d'amélioration

Le Service de Médiation pour le Consommateur comprend que 2020 a été une année très difficile pour les centres sportifs. Toutefois, des informations claires et directes sont d'une importance capitale. Ainsi, les membres de clubs sportifs savent très bien de quoi il en retourne, comment ils peuvent suspendre ou résilier leur contrat, et quelles sont les modalités à respecter à cet effet.

Le Service de Médiation pour le Consommateur souligne également que la résiliation d'un contrat devrait être aussi simple que la souscription d'un abonnement. Les centres de fitness pourraient y œuvrer, tant en termes de transparence que d'accessibilité.

5.6 MAISONS DE VACANCES

5.6.1 Exemples

Exemple 1

En février 2020, M. P a décidé de réserver une maison de vacances pour fêter son 50^e anniversaire avec une vingtaine de membres de sa famille. La fête devait avoir lieu en juin et le consommateur a versé un acompte de 1 500 euros. Il a été convenu que le montant total serait transféré avant le 1^{er} mai. En raison du renforcement des mesures sanitaires, M. P. a décidé de jouer la prudence et de contacter la société à la mi-avril afin de trouver une solution. Le locataire était d'avis que le séjour prévu en juin ne serait ni souhaitable ni autorisé pour un si grand groupe. Le propriétaire s'est invariablement référé aux conditions générales : le montant total doit être payé à la date convenue, sinon le locataire perd l'acompte. Si le séjour ne peut avoir lieu, un bon de valeur serait émis.

Cependant, M. P. a estimé qu'il était impossible, tant pour ses invités que pour le traiteur engagé pour l'événement, d'attendre la dernière minute. Le locataire a préféré reporter l'événement d'un an, mais l'entreprise n'a rien voulu savoir. M. P. n'a pas versé le solde et le propriétaire s'est alors vu en droit de retenir l'acompte et de résilier le contrat.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a souligné aux deux parties l'aspect du droit des contrats ainsi que l'équité et le caractère raisonnable. Selon les conditions générales, le propriétaire aurait probablement eu gain de cause, mais d'un autre côté, les arguments du consommateur se sont également avérés très valables.

L'entreprise a finalement suivi l'argumentation du SMC et du consommateur et a décidé de fournir un bon à valoir pour le montant de l'acompte. Le consommateur pourra utiliser ce bon pendant un an pour un nouveau séjour dans l'un des logements disponibles. Le consommateur a accepté cette proposition, après quoi le SMC a clôturé le dossier par un règlement à l'amiable.

Exemple 2

Mme G. a réservé en septembre 2019 une propriété composée de plusieurs logements et d'un plus grand logement central avec salle commune pour un week-end en famille en septembre 2020 avec 45 personnes. Mme G. a versé un acompte de 1 650 €. Le solde était dû en août 2020.

En raison de la recrudescence du coronavirus et du renforcement des mesures pendant les vacances d'été, Mme G. a contacté la société en août 2020 pour obtenir le remboursement de l'acompte. La consommatrice estimait avoir droit à une résiliation du contrat sans frais pour cause de force majeure. La société a insisté sur l'application des conditions générales et a exhorté la consommatrice à payer le solde convenu. Dans le cas contraire, cela constituerait une rupture unilatérale du contrat par Mme G., selon l'entreprise.

La consommatrice a étayé son argumentaire en mettant en avant le motif du séjour, à savoir une réunion de famille pour fêter les 80 ans du grand-père. Compte tenu de la présence d'un certain nombre de personnes âgées appartenant au groupe à risque pour le Covid19, il était impossible que le séjour ait lieu. L'entreprise n'a pas accepté l'argumentation de la consommatrice : la raison du séjour n'a jamais été abordée avec la société, de plus le séjour pouvait être organisé de manière parfaitement sûre d'un point de vue sanitaire étant donné que les différents logements individuels pouvaient être occupés par des bulles distinctes.

Toutefois, les deux parties ont campé sur leur position, si bien qu'un règlement à l'amiable n'a pas été possible. Le SMC a finalement joué la carte du consommateur, et l'a indiqué dans la recommandation qui a été faite. En effet, il était évident que le consommateur ne pourrait plus profiter du week-end comme prévu au moment de la conclusion du contrat. Étant donné que ce contrat a été conclu avant même que la crise Corona ne se produise, la SMC a estimé que le remboursement de l'acompte était raisonnable.

Exemple 3

Mme S. a réservé une maison de vacances pour vingt personnes auprès de la société V. en mai 2020 pour un séjour en août 2020. La consommatrice avait déjà payé un acompte de 1 500 € sur le montant total de

2 500 €. En raison du renforcement des mesures sanitaires pendant les vacances d'été, la consommatrice a demandé un report d'un an, jusqu'en août 2021, en invoquant la force majeure.

La société a souligné que les conditions générales devaient être respectées et que, sans paiement de la totalité du montant avant la fin du mois de juillet, il s'agirait d'un cas de résiliation unilatérale par la consommatrice. En outre, l'entreprise a estimé qu'elle avait fait une proposition raisonnable de règlement à l'amiable, bien qu'elle n'y fût pas obligée : la consommatrice pouvait modifier la réservation moyennant un acompte de 50 % du montant total. La consommatrice pouvait également bénéficier d'une réduction de 30% sur une activité de son choix dans le domaine. La consommatrice a accepté la proposition de modification de réservation, mais a estimé que les frais demandés étaient disproportionnés.

Le SMC a attiré l'attention de la consommatrice sur les conditions générales qui lient les parties. En outre, le SMC a informé la consommatrice que la force majeure ne pouvait être invoquée : la réservation ayant été faite pendant l'apparition de la pandémie, elle était censée être consciente que tout renforcement des mesures pouvait toujours la remettre en cause. Pour pouvoir invoquer la force majeure, il faudrait également que la consommatrice soit dans l'impossibilité d'exécuter sa prestation contractuelle. La prestation de la consommatrice consistant en l'exécution d'un paiement, cela ne semble pas être le cas ici.

Néanmoins, le SMC a considéré que la proposition de solution de l'entreprise était déraisonnable : le rejet de la proposition formulée par la société a été considéré comme une annulation de la part de la consommatrice, avec pour conséquence la perte de l'acompte. Le SMC a insisté auprès de l'entreprise sur le principe de « *quid pro quo* ». En vertu de ce principe, le SMC a fait valoir que la consommatrice avait le choix entre la résiliation du contrat avec remboursement intégral de l'acompte et une nouvelle réservation dans un délai d'un an sans frais supplémentaires.

Cependant, l'entreprise a maintenu sa position et le SMC a repris les commentaires susmentionnés dans une recommandation en faveur de la consommatrice.



5.6.2 Commentaire

Depuis l'apparition du Covid19, le SMC a reçu de nombreuses plaintes concernant la location de logements de vacances. Compte tenu de l'évolution constante des mesures, il était très difficile de trouver une ligne univoque.

Les consommateurs ont souvent invoqué l'argument de la force majeure pour demander la résiliation du contrat ou un report, de nombreuses entreprises ont surtout invoqué le caractère contraignant des conditions générales, ce qui a conduit à de nombreux blocages.

Pour les réservations effectuées avant l'apparition de l'épidémie de coronavirus, le SMC a généralement pu suivre l'argument de la force majeure, mais pas pour les réservations effectuées pendant la crise sanitaire. Le Service de Médiation pour le Consommateur estime que les consommateurs ont également la responsabilité d'évaluer les conséquences de leurs actes. Les consommateurs semblaient souvent ignorer que les conditions générales restaient en vigueur malgré la crise sanitaire.

Étant donné que cette crise est sans précédent, tant pour les consommateurs que pour les propriétaires, le SMC a insisté auprès des parties sur le principe de la « contrepartie » et a appelé à la raison de part et d'autre : retenir un acompte sans avoir fourni de service est déraisonnable, ne pas donner à l'entreprise la possibilité de proposer une solution et insister sur la résiliation du contrat l'est souvent aussi.

5.6.3 Axes d'amélioration

Dans certains secteurs, le gouvernement a prévu des solutions, souvent par le biais d'un système de bons à valoir. C'était le cas, par exemple, dans le secteur des vacances à forfait. Malheureusement, ce système a parfois été utilisé par les propriétaires de maisons de vacances pour mettre les consommateurs devant le fait accompli, comme si ce système s'appliquait également à la location d'une maison de vacances.

Toutefois, le Service de Médiation pour le Consommateur s'est montré favorable au système de bons à valoir, du moins s'il pouvait être accepté à la fois par les consommateurs et les entreprises.

D'autre part, le consommateur est également resté un fervent défenseur du principe *quid pro quo* dans les situations de force majeure. Lorsque les contrats sont résiliés pour cause de force majeure, les paiements ou les acomptes ne doivent être retenus que s'ils sont assortis d'une exécution effective.



6

MEMORANDUM

LE SERVICE DE MÉDIATION
POUR LE CONSOMMATEUR
ÉMET SIX RECOMMANDATIONS
POUR OPTIMISER DAVANTAGE LE
RÈGLEMENT EXTRAJUDICIAIRE
DES LITIGES.

La Belgique est forte d'une longue tradition en matière de règlement extrajudiciaire des litiges. Un médiateur, un conciliateur ou un arbitre impartial cherche activement une solution à des litiges relativement limités, acceptée tant par l'entreprise que par le client concerné. Ces entités règlent des litiges dans les principaux secteurs économiques : télécommunications, institutions financières, notariat, assurances, construction, secteur automobile, énergie, voyages, poste, bureaux d'avocats, commerce, textile et huissiers de justice. Depuis la création du Service de Médiation pour le Consommateur en 2015, tout litige de consommation peut également être soumis à une instance de règlement extrajudiciaire.

La Belgique a opté pour une organisation sectorielle, ce qui offre une solide base au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. En outre, les compétences sont clairement circonscrites entre les 15 entités : un seul service est compétent pour connaître chaque type de différend.

Par conséquent, le consommateur sait clairement à quel organe il doit s'adresser : au médiateur de l'Énergie pour un litige relatif à une facture d'énergie, au médiateur du Notariat en cas d'insatisfaction concernant le traitement d'une succession, etc. Les entreprises bénéficient de cette discussion avec des entités qualifiées spécialisées dans leur secteur. En effet, les collaborateurs mènent la médiation en connaissance de cause et avec expertise, ils offrent une seconde chance et permettent de rétablir la confiance en l'entreprise et au secteur. En outre, l'entité qualifiée peut servir comme audit de qualité supplémentaire, exposant les attentes des consommateurs et les éventuels problèmes structurels. Elle peut également formuler des recommandations en vue d'améliorer la réglementation.

Un règlement extrajudiciaire des litiges de qualité joue donc en faveur des consommateurs, mais aussi des entreprises et de l'économie belge dans son ensemble.

Le Service de Médiation pour le Consommateur entrevoit également diverses opportunités pour l'optimisation ultérieure du paysage REL, reprises ici sous la forme de 6 recommandations :

6.1 CHAQUE ENTITÉ QUALIFIÉE DOIT COUVRIR L'ENSEMBLE DU SECTEUR

L'organisation sectorielle constitue une assise fiable, mais uniquement si l'entité de traitement des litiges couvre tout le secteur. En premier lieu, cela signifie que le service doit être compétent pour toutes les entreprises actives dans le secteur en question. Ensuite, l'entité doit pouvoir ouvrir un dossier pour tout produit ou service fourni dans le secteur, ce qui n'est pas le cas pour toutes les entités sectorielles à l'heure actuelle, si bien que cela puisse induire une certaine confusion pour les consommateurs.

En voici quelques exemples :

Ainsi, un voyageur, selon l'institution auprès de laquelle il introduit son dossier ou selon l'entreprise de réservation, peut s'adresser à différentes commissions de règlement de litiges. Chaque entité a sa compétence spécifique, ce qui peut être particulièrement déroutant pour les consommateurs.

Un client qui aurait un litige relatif à un véhicule devrait s'adresser soit à la Commission de Conciliation Automoto soit au Service de Médiation pour le Consommateur, selon la nature dudit litige. Or, le secteur des véhicules neufs et d'occasion constitue un secteur économique important qui a tout intérêt à disposer d'une seule entité qui traiterait tous les litiges y afférents de par leur connaissance accrue du secteur.

Le médiateur de l'Énergie est actuellement habilité à traiter les litiges relatifs au gaz et à l'électricité, mais il pourrait tout aussi bien être compétent pour les produits et services énergétiques (produits de pétrole, bois, pellets, panneaux photovoltaïques, thermostats, contrats d'entretien et réparation d'installations de chauffage central, etc.) proposés par les fournisseurs d'énergie ou par des tiers (interlocuteurs désignés ou courtiers, sous-traitants, installateurs, etc.). La Commission de Conciliation Construction est dans les faits compétente pour les seuls litiges techniques de construction et non pour les litiges juridiques et contractuels.

Le Service de Médiation pour le Consommateur plaide dès lors pour que chaque service de règlement extrajudiciaire des litiges couvre l'intégralité du secteur concerné, de sorte que chaque secteur assure le financement de sa propre entité qualifiée.

6.2 LE SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR, LA PIERRE ANGULAIRE DU RELC EN BELGIQUE

Le Service de Médiation pour le Consommateur, qui n'existe que depuis 2015, fait office de pierre angulaire du REL en Belgique. En effet, le Service de Médiation pour le Consommateur garantit que tout litige de consommation qui ne ressortent pas de la compétence d'une entité qualifiée reconnue par le SPF Économie puisse malgré tout être résolu par voie extrajudiciaire.

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. En plus d'être considérable, cette tâche revêt également une importance cruciale. Le Service de Médiation pour le Consommateur souhaite agir en tant que guichet unique pour le REL (règlement extrajudiciaire des litiges) pour les consommateurs et les entreprises. Afin de donner toutes ses chances au règlement extrajudiciaire des litiges en Belgique, il est nécessaire de disposer d'un point de contact unique capable de fournir toutes les informations nécessaires. 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 secteurs font appel à des commissions de litiges. De plus, les compétences de ces différents services ne sont pas toujours univoques. Il apparaît donc hautement nécessaire d'avoir un point de contact pour guider les consommateurs et les entreprises dans le domaine des REL et d'orienter les parties prenantes au litige vers le service compétent. Le Service de Médiation pour le Consommateur peut revêtir cette fonction de guichet.

À cet effet, le Service de Médiation pour le Consommateur doit disposer d'un financement correct et suffisant.

- Le Service de Médiation pour le Consommateur dispose actuellement de trop peu de moyens de fonctionnement pour assurer correctement ses missions. Il traite approximativement 10.000 dossiers par an, avec une équipe de 11 collaborateurs à temps plein. C'est insuffisant pour

offrir un service de qualité aux parties prenantes. Une augmentation structurelle du budget de fonctionnement s'impose.

- En outre, le financement actuel n'est pas correct. Il se fonde pour 50% sur une contribution qu'il perçoit des services de médiation qui siègent en son Comité de direction. Les secteurs qui soutiennent leur service de médiation sectoriel contribuent donc également pour ceux qui ne créent pas d'entité qualifiée. Le Comité de direction du Service de Médiation pour le Consommateur demande un financement transparent du paysage REL en général et du Service de Médiation pour le Consommateur en particulier, dans lequel chaque secteur économique apporte sa contribution.

6.3 LES RECOMMANDATIONS STRUCTURELLES DES SERVICES DE MÉDIATION MÉRITENT D'ÊTRE ENTENDUES

Les médiateurs des secteurs régulés occupent une place particulière dans ce paysage. Depuis toujours, ils sont une concrétisation du souhait du législateur de soutenir les consommateurs/citoyens « plus faibles » en cas de litige avec une entreprise (publique). Même si l'environnement s'est entre-temps libéralisé, ces services de médiation agissent dans un secteur régulé, étant donné qu'il s'agit de services de base. Le signalement de problèmes et de solutions structurels constitue une de leurs missions. Les recommandations structurelles formulées par un médiateur constituent une plus-value tant pour le secteur que pour les citoyens.

Le médiateur est à la source, il connaît les problèmes de son secteur, sait où se situent les insatisfactions et où se trouve la marge d'amélioration. Un médiateur doit être un interlocuteur respecté par tous les décideurs politiques et de toutes les fédérations. Un médiateur est toujours capable de pointer du doigt les problèmes qui font mal.

Les recommandations structurelles formulées par un médiateur sont donc bénéfiques tant pour le secteur concerné que pour l'économie belge et la confiance des citoyens.

6.4 LE RÈGLEMENT EXTRAJUDICIAIRE DES LITIGES MÉRITE UNE ATTENTION SUPPLÉMENTAIRE

Les entités qualifiées peuvent apporter une énorme plus-value aux différentes parties (consommateurs, entreprises) ainsi qu'au paysage économique et judiciaire. Elles œuvrent rapidement, sont accessibles et souvent totalement gratuites. En outre, elles sont en permanence en quête d'une meilleure coopération et de synergies.

Tous les services de règlement extrajudiciaire de litiges doivent être mieux connus, tant des entreprises que des consommateurs. La promotion d'un règlement alternatif dans tous les secteurs économiques doit par conséquent être une priorité. Le Service de Médiation pour le Consommateur est plus que demandeur à coopérer avec les différentes parties prenantes et en particulier avec le SPF Économie afin d'y remédier. Un paysage REL accessible, impartial et indépendant est un atout important pour toutes les parties, avec une distinction claire entre les services de médiation dans les secteurs réglementés et les entités REL pour les autres secteurs économiques. La crise sanitaire de la Covid-19 montre que les citoyens, les consommateurs et les entreprises ont besoin de protection et de médiation pour avoir accès à des produits et services essentiels à un prix abordable.

6.5 DÉSIGNATIONS ET AGRÈMENTS

Dans certains secteurs, la nomination d'un médiateur traîne en longueur. Cette insécurité n'est souhaitable ni pour le médiateur, ni pour le secteur. En effet, un médiateur fort et indépendant est un interlocuteur important pour tout secteur économique. Il est dès lors indispensable que toutes les désignations soient faites selon des procédures qui garantissent le fonctionnement et la représentation indépendants des médiateurs et que ces procédures commencent rapidement.

La reconnaissance du service de médiation pour les voyageurs ferroviaires (Ombudsrail) en tant qu'entité qualifiée est un dossier qui mérite une attention particulière. Depuis 1993, Ombudsrail traite les dossiers de voyageurs ferroviaires en tant que service de médiation indépendant. Il est aussi membre du

comité de direction du Service de Médiation pour le Consommateur. Or, l'initiative législative qui doit offrir à Ombudsrail les garanties nécessaires d'indépendance financière ainsi qu'à l'égard des médiateurs et sur la base de laquelle ce service pourra recevoir cet agrément, est restée lettre morte à ce jour.

6.6 INTERFACE ENTRE L'ÉCONOMIE ET LA JUSTICE

L'organisation du REL en Belgique tombe sous la compétence du Ministre de l'Économie, mais le règlement extrajudiciaire des litiges fait également le lien avec la justice belge.

Un paysage REL qui fonctionne correctement donne confiance et apporte de l'oxygène aux consommateurs et aux entreprises, mais également à l'économie belge dans son ensemble. Les recommandations d'un service de médiation contribuent à une meilleure réglementation économique et la pression sur la justice s'en trouve également allégée. Les entités qualifiées traitent en effet les litiges et évitent ainsi qu'ils ne débouchent sur des procédures devant les cours et tribunaux. Grâce à une connaissance approfondie du secteur et à sa position unique, une entité qualifiée peut rapidement déminer les litiges et ce, à faible coût.

Le Ministre Koen Geens a reconnu l'importance de la médiation et a apporté dans cette optique une série de modifications importantes au Code judiciaire. Du point de vue du paysage REL, il nous manque encore le lien entre la médiation organisée depuis la justice et la médiation des secteurs économiques.

En tout état de cause, l'interface entre l'économie et la justice pour le règlement extrajudiciaire des litiges mérite un débat de fond sur le respect des droits fondamentaux des citoyens et des entreprises à un accès abordable à un système judiciaire qui fonctionne bien.

Le paysage belge du règlement extrajudiciaire des litiges a une longue tradition de qualité et de fiabilité, clairement louée par nos pays voisins. Comme indiqué ci-dessus, il subsiste toutefois une série d'axes d'amélioration. Les différents services de médiation sont plus que désireux d'y travailler.



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