

# RAPPORT

Service de médiation

# ANNUEL

pour le consommateur

# 2015



Service de Médiation  
pour Le Consommateur

# SOMMAIRE

## 1. INTRODUCTION

## 2. MISSION

2.1 À propos du Service de Médiation pour le Consommateur

2.2 Fonctionnement

## 3. STATISTIQUES

3.1 Plaintes introduites auprès Service de Médiation pour le Consommateur

3.2 Plaintes relevant de la compétence du Service de Médiation pour le Consommateur

3.3 Plaintes ne relevant pas de la compétence du Service de Médiation pour le Consommateur

3.4 Nombre de demandes d'information écrites

## 4. PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES

4.1 Garantie légale

4.2 Contrats de salle de sport

4.3 Litiges techniques concernant des meubles

4.4 Respect des conditions contractuelles

4.5 Dispositions contractuelles de crèches

## 5. BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

## 6. MOYENS FINANCIERS DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR



# INTRODUCTION

Le Service de Médiation pour le Consommateur a été instauré en vertu de la loi du 4 avril 2014, transposant ainsi en loi belge la Directive européenne 2013/11/UE. C'est depuis son ouverture officielle, le 1<sup>er</sup> juin 2015, que tous les consommateurs peuvent y adresser leurs questions et leurs plaintes. En créant le Service de Médiation pour le Consommateur, la Belgique ne se contente pas de respecter les directives européennes relatives à la médiation dans les litiges de consommation mais procure également un point de contact direct relayant les attentes de tous les consommateurs.

La structure interne du Service de Médiation pour le Consommateur lui permet, en effet, d'intervenir en tant que point de contact pour tous les problèmes auxquels sont confrontés les consommateurs. Ces derniers sont ainsi orientés vers le médiateur adéquat ou la commission de litiges compétente pour intervenir dans le litige en question. En l'absence de

médiateur qualifié, nous assurons alors l'encadrement du consommateur en vue d'un règlement à l'amiable. Lorsqu'un règlement de ce type ne s'avère plus possible, nous parcourons tous les documents justificatifs et les faits pour parvenir à une position finale que nous transmettons à l'entreprise, sous la forme d'une recommandation.

La création d'un nouveau Service de Médiation pour le Consommateur, qui forme le pilier central du règlement des litiges de consommation, implique également la recherche de méthodes plus efficaces pour venir en aide aux utilisateurs et la volonté d'une évolution constante vers une médiation plus qualitative. Le traitement approfondi de nombreux dossiers nous a déjà permis d'identifier différents litiges de consommation structurels et nous continuons, en interne, à évaluer des domaines de responsabilité afin d'offrir une aide encore plus ciblée au consommateur.

Ce rapport annuel se penche sur les sept premiers mois d'existence du service. Durant cette période, nous avons été confrontés à des difficultés de démarrage mais avons obtenu, simultanément, une plus grande notoriété auprès des consommateurs et des entreprises. Nous avons suivi de près les évolutions dans le monde de la consommation et notre travail a porté ses fruits, car les chiffres ne mentent pas : en 2015, le service a réceptionné pas moins de 3 000 plaintes. Ce chiffre confirme que la création d'un médiateur centralisé répond aux attentes de nombre de consommateurs. Au niveau opérationnel, le Service de Médiation pour le Consommateur tourne à plein régime, respectant toujours les délais instaurés

en dépit des ressources limitées dont il dispose. La troisième partie de ce rapport annuel est consacrée à toutes les données chiffrées.

Au cours de la première année d'existence du Service de Médiation pour le Consommateur, nous avons constaté la présence de thèmes récurrents sur lesquels nous allons nous pencher de manière plus approfondie. Nous apportons ainsi un premier éclairage sur la perception générale des entreprises ou secteurs face à certains types de problèmes, comme les défauts survenant pendant la période de garantie légale et les éventuelles solutions structurelles.

Le financement et les difficultés à relativement court terme auxquelles le service a été confronté en raison des contraintes financières, seront examinés dans la dernière partie de notre rapport.

L'année 2015 s'achève sur une note positive, et nous profitons dès lors de la publication de ce rapport annuel pour remercier non seulement tous les consommateurs, mais aussi les entreprises et autres entités de médiation, pour la confiance que vous nous témoignez. C'est non sans fierté que nous présentons un aperçu de notre fonctionnement et de nos résultats.



Luc Tuerlinckx  
Président du  
Comité de Direction



Philippe Devuyt  
Vice-Président du  
Comité de Direction

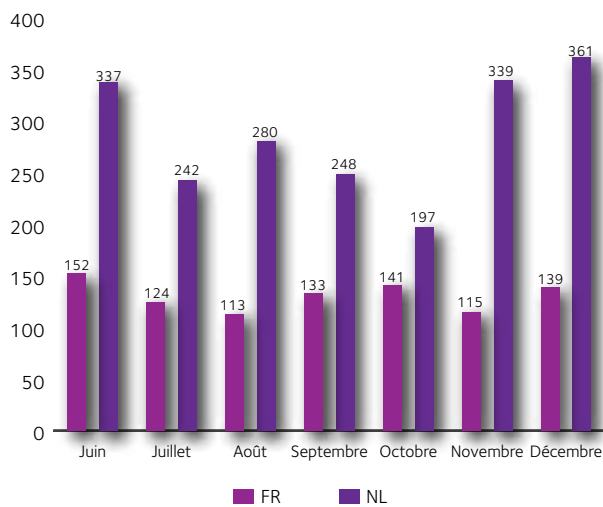
# CHIFFRES CLÉS

# 2 921

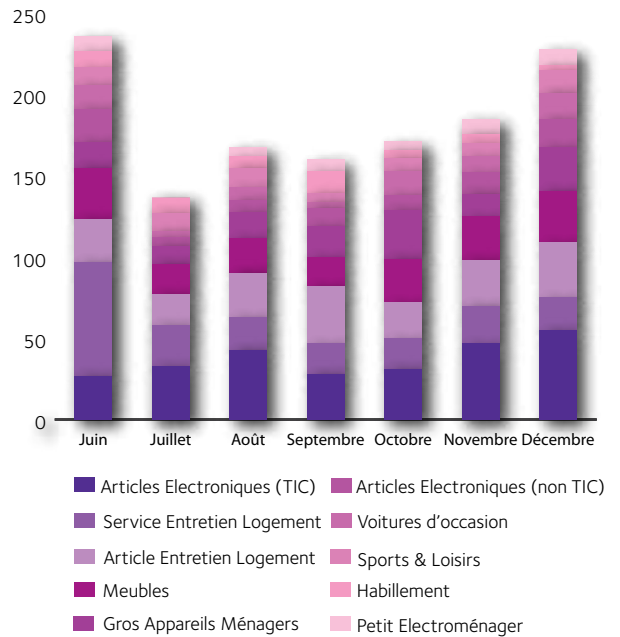
## plaintes introduites en 2015

2921 plaintes ont été introduites auprès du Service de Médiation pour Le Consommateur depuis l'ouverture de ses services le 1<sup>er</sup> juin 2015.

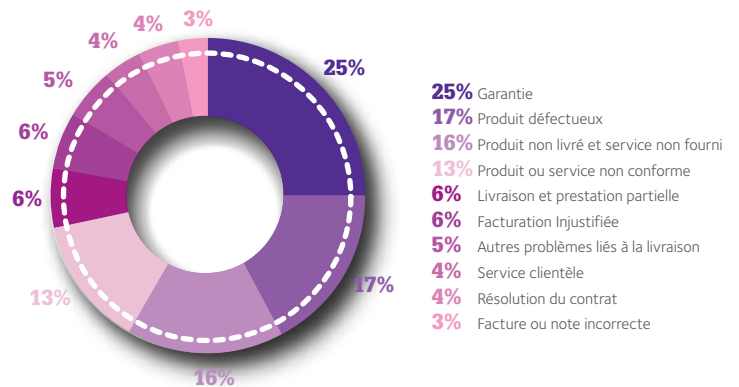
TOTAL DES PLAINTES INTRODUITES AUPRÈS DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR.



PLAINTES PAR SECTEURS



CLASSEMENT PAR TYPE DE PLAINTES

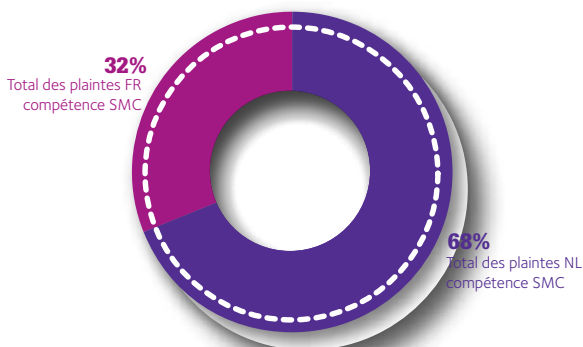


# 2 174

## Plaintes Compétence SMC en 2015

Le Service de Médiation pour Le Consommateur a réceptionné, depuis son lancement, 2174 plaintes relevant de sa seule compétence.

TOTAL DES PLAINTES ENREGISTRÉES RELEVANT DE LA COMPÉTENCE DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR



# 1 237

## Nombre total de plaintes clôturées et traitées

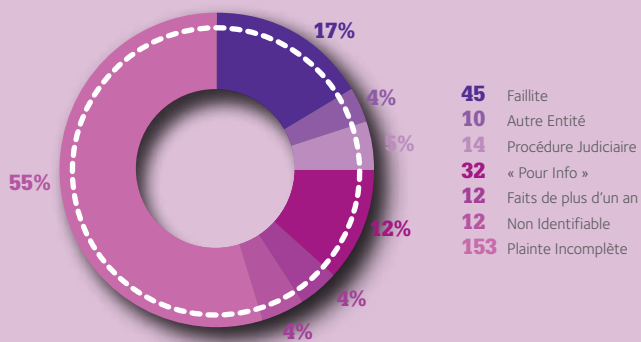
Le Service de Médiation pour Le Consommateur a pu traiter et clôturer 1242 plaintes depuis le 1<sup>er</sup> juin 2015.

# 278

## de plaintes était irrecevable

Parmi toutes les plaintes introduites auprès du Service de Médiation pour Le Consommateur, **278** ont été déclarées **irrecevables**.

IRRECEVABILITÉ

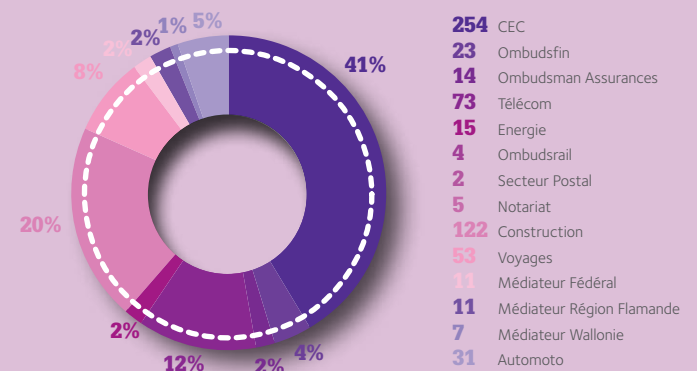


# 625

## Plaintes transférées

**625** plaintes ont pu être transférées vers des entités qualifiées et des organismes compétents.

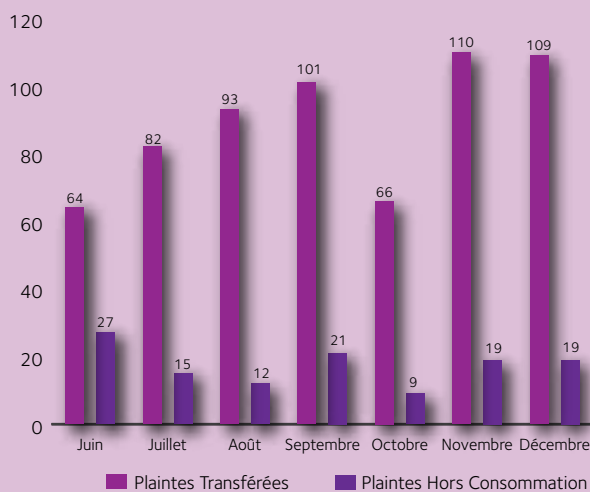
DÉTAIL DES PLAINTES TRANSFÉRÉES



# 747

## Plaintes Hors Compétence SMC

Le Service de Médiation pour Le Consommateur a enregistré **747** plaintes qui ne relevaient pas de sa compétence.

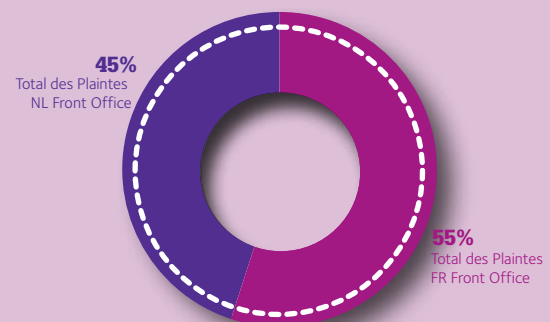


# 123

## Plaintes Front Office

Depuis le 1<sup>er</sup> juin 2015, Le Service de Médiation pour Le Consommateur a reçu **123** demandes d'informations écrites.

NOMBRE DE DEMANDES D'INFORMATION ÉCRITES





« UNE APPROCHE FACILEMENT  
ACCESSIBLE EST ICI PRÔNÉE,  
DONNANT LIEU À DES LIGNES DE  
COMMUNICATION COURTES, ET CE  
TANT EN INTERNE QU'EN EXTERNE. »

# 2

## MISSION

### 2.1 À PROPOS DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

Le Service de Médiation pour le Consommateur est un service fédéral autonome endossant une triple responsabilité. La première consiste à informer les consommateurs et entreprises à propos de leurs droits et obligations. Ensuite, en sa qualité de point de contact, le service reçoit toute demande de règlement extrajudiciaire de litiges de consommation et transmet les dossiers de plaintes à d'autres services de médiation, si nécessaire. Enfin, le Service de Médiation pour le Consommateur traite tous les litiges de consommation ne relevant pas des compétences des entités qualifiées. Ces tâches sont reprises dans le livre XVI du Code de droit économique (CDE).

Les consommateurs ont également la possibilité de contacter directement d'autres entités compétentes lorsqu'ils ont une plainte. S'ils ne s'en sortent pas, le Service de Médiation pour le Consommateur les aidera volontiers en les réorientant rapidement. Une approche facilement accessible est ici prônée, donnant lieu à des lignes de communication courtes, et ce tant en interne qu'en externe.

Pour le démarrage du Service de Médiation pour le Consommateur, l'effectif suivant, dirigé par le Comité de direction, a été choisi :

- Un manager opérationnel
- Un responsable du budget
- Un responsable des RH et secrétaire
- Un responsable de la communication

- Un responsable des TIC
- Neuf gestionnaires de dossiers
- Deux collaborateurs administratifs

Au 31 décembre 2015, l'effectif était cependant le suivant :

- Un manager opérationnel en charge de la gestion du budget
- Un responsable des RH et secrétaire
- Un responsable de la communication en charge de la comptabilité
- Un responsable des TIC
- Trois gestionnaires de dossiers
- Deux collaborateurs administratifs

Depuis le 31 décembre 2015, l'effectif ne compte plus, à présent, que six collaborateurs. On l'explique par le départ du responsable des RH et secrétaire, d'un collaborateur administratif et d'un gestionnaire de dossiers.

Les motifs et conséquences de ces évolutions de l'effectif sont expliqués dans la partie Budget (point 5).

## 2.2 FONCTIONNEMENT

Notre service propose un formulaire de plainte détaillé sur la page principale de notre website, mais les consommateurs peuvent également nous contacter par e-mail, téléphone ou courrier postal. Il propose également, et c'est inédit, un guichet d'accueil où des collaborateurs de notre équipe se tiennent chaque jour à la disposition des consommateurs, et ce tant en français, qu'en néerlandais, en anglais ou en allemand. Les consommateurs qui le désirent peuvent donc venir discuter personnellement de leur dossier. Chaque plainte traitée est confiée à un gestionnaire de dossiers, qui l'étudie en détail. Qui dit médiation impartiale ne dit en effet pas nécessairement médiation impersonnelle.

Quand une plainte est-elle donc effectivement traitée par le Service de Médiation pour le Consommateur ?

La plainte est traitée en interne lorsqu'aucune autre entité n'est habilitée à cette fin et lorsqu'elle a été déclarée recevable sur la base de critères établis. Dans le cadre de ces derniers, il convient d'établir une distinction entre les critères qui nous obligent légalement à refuser une demande et les critères qui peuvent induire le refus d'une demande s'il n'y est pas satisfait.

Le Service de Médiation pour le Consommateur refusera de traiter une demande :

- lorsque la plainte vise le règlement d'un litige qui fait ou a déjà fait l'objet d'une action en justice ou lorsque la plainte a déjà été traitée par une entité qualifiée ;
- lorsque la plainte est anonyme ou que l'autre partie n'est pas identifiée ou identifiable et qu'il ne dispose pas de tous les éléments écrits nécessaires à l'examen de la plainte.

- lorsque la plainte est fantaisiste, vexatoire ou diffamatoire ;

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

- lorsqu'aucun consensus n'a été atteint entre le consommateur et l'entreprise à l'issue d'une médiation ;
- lorsque la plainte met en péril l'intégrité du Service de Médiation pour le Consommateur ;
- lorsque la plainte en question a été introduite depuis plus d'un an auprès de l'entreprise concernée ;

Légalement, le Service de Médiation pour le Consommateur est uniquement tenu de réorienter le consommateur vers les entités qualifiées. Cette liste s'est déjà fortement étendue en 2015 au fur et à mesure de la reconnaissance d'entités existantes par les pouvoirs publics. Le 1<sup>er</sup> avril 2016, on dénombrait onze entités, dont le Service de Médiation pour le Consommateur :

- Le Service de médiation pour les télécommunications
- Le Service de médiation des services financiers (Ombudsfm)
- L'Ombudsman pour le notariat
- Le service de médiation des assurances
- L'ASBL Commission de conciliation - construction
- Le Service de médiation pour l'énergie
- La Commission de Litiges Voyages
- La Commission Conciliation AUTOMOTO
- Le Service de médiation pour le secteur postal
- Le Service de médiation pour les litiges de consommation des avocats

Les consommateurs sont également réorientés vers le Vlaamse Ombudsdienst (Service de Médiation Flamand), le Médiateur fédéral, le Médiateur de la Wallonie et de la Fédération Wallonie-Bruxelles ou un service de médiation communal s'il ne s'agit pas d'un litige de consommation et que le Service de Médiation pour le Consommateur n'est pas habilité à intervenir. Il s'agit en effet alors d'un litige avec une entité administrative au niveau fédéral, régional ou local. Enfin, les consommateurs sont également réorientés vers le Centre Européen des Consommateurs (CEC) en vue du règlement de litiges transfrontaliers et vers l'Ombudsrail.

Le CEC conseille les citoyens sur leurs achats dans l'UE et leur propose, si nécessaire, une assistance juridique en cas de litige transfrontalier. Lorsqu'un consommateur est donc confronté à un litige avec un commerçant d'un autre Etat Membre de l'UE, le CEC intervient en tant que médiateur.

L'Ombudsrail en revanche, en dépit du fait qu'il est membre du Comité de direction du Service de Médiation pour le Consommateur, n'a pas encore été agréé comme entité qualifiée par le SPF Économie.



# 3

## STATISTIQUES

Nous ferons ici la distinction entre les plaintes qui sont traitées intégralement par le Service de Médiation pour le Consommateur (3.2) et les plaintes qui sont réceptionnées par le Front Office du Service de Médiation pour le Consommateur pour ensuite être transférées vers les entités qualifiées reconnues comme telles par le SPF Economie (3.3).

« 2.921 PLAINTES ONT ÉTÉ  
INTRODUITES AUPRÈS DU SERVICE DE  
MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR  
DEPUIS L'OUVERTURE DE SES  
SERVICES »

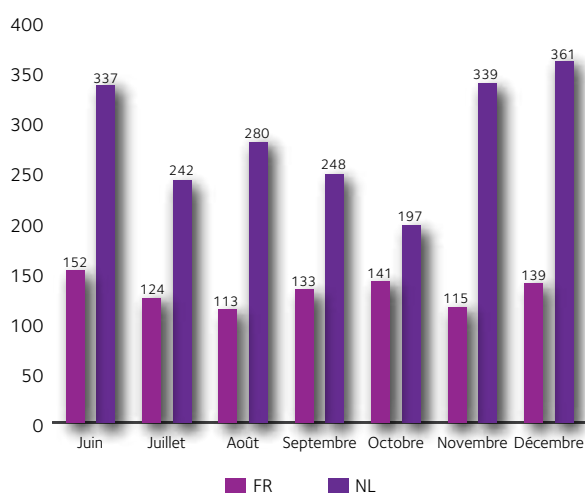


### 3.1 PLAINTES INTRODUITES AUPRÈS SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

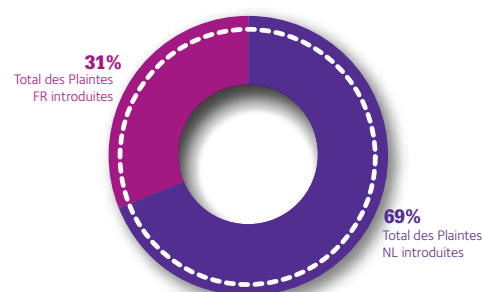
#### 3.1.1 Total des Plaintes introduites auprès du Service de Médiation pour le Consommateur.

Plaintes	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
FR	152	124	113	133	141	115	139	<b>917</b>
NL	337	242	280	248	197	339	361	<b>2 004</b>
<b>Total</b>	<b>489</b>	<b>366</b>	<b>393</b>	<b>381</b>	<b>338</b>	<b>454</b>	<b>500</b>	<b>2 921</b>

TOTAL DES PLAINTES INTRODUITES AUPRÈS DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR.



TOTAL DES PLAINTES INTRODUITES AUPRÈS DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR (EN %).



#### 3.1.2 Commentaires

2921 plaintes ont été introduites auprès du Service de Médiation pour le Consommateur depuis l'ouverture de ses services le 1<sup>er</sup> juin 2015. En ce qui concerne la répartition linguistique de ces plaintes : 917 plaintes (31%) ont été enregistrées du côté francophone, 2004 plaintes (69%) du côté néerlandophone.

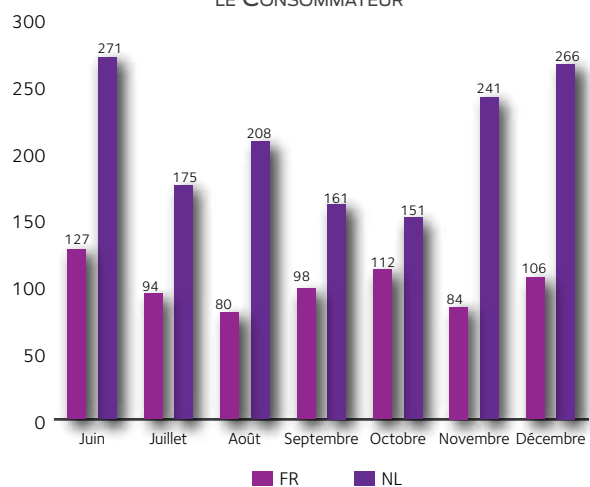
### 3.2 PLAINTES RELEVANT DE LA COMPÉTENCE DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

#### 3.2.1 Plaintes Enregistrées

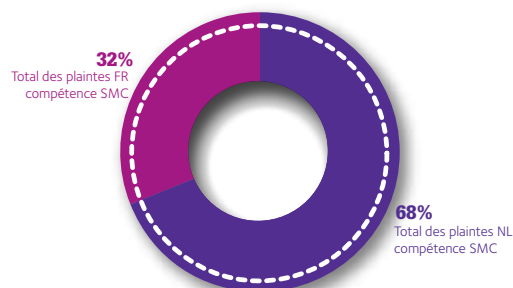
##### 3.2.1.1 TOTAL DES PLAINTES ENREGISTRÉES RELEVANT DE LA COMPÉTENCE DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

Plaintes Compétence SMC	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
FR	127	94	80	98	112	84	106	<b>701</b>
NL	271	175	208	161	151	241	266	<b>1 473</b>
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>269</b>	<b>288</b>	<b>259</b>	<b>263</b>	<b>325</b>	<b>372</b>	<b>2 174</b>

TOTAL DES PLAINTES ENREGISTRÉES  
RELEVANT DE LA COMPÉTENCE DU SERVICE DE MÉDIATION POUR  
LE CONSOMMATEUR

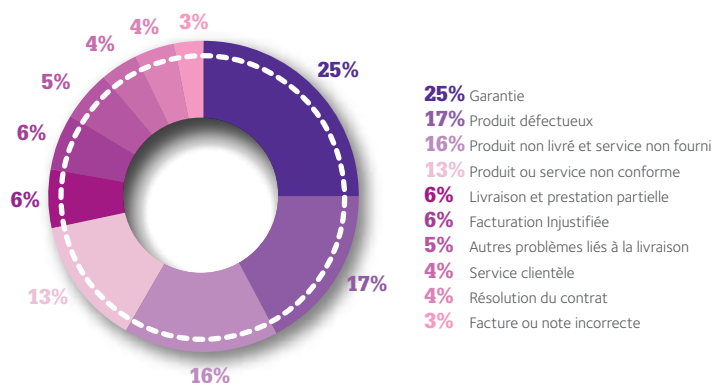


TOTAL DES PLAINTES ENREGISTRÉES  
RELEVANT DE LA COMPÉTENCE DU SERVICE DE MÉDIATION POUR  
LE CONSOMMATEUR (EN %)



Le Service de Médiation pour le Consommateur a réceptionné, depuis son lancement, 2174 plaintes relevant de sa seule compétence. En ce qui concerne la répartition linguistique : 701 plaintes (32%) ont été réceptionnées du côté francophone, 1473 plaintes (68%) du côté néerlandophone.

CLASSEMENT PAR CATÉGORIE  
(EN %)



**25%**  
plaintes concerne  
la 'garantie'

### 3.2.1.2 CLASSEMENT PAR CATÉGORIE

Chiffres Catégoriels	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
Garantie	53	46	63	32	43	82	90	409
Produit défectueux	75	42	40	31	26	21	39	274
Produit non livré et service non fourni	36	33	28	37	30	46	54	264
Produit ou service non conforme à la commande	49	25	21	25	17	32	42	211
Livraison et prestation partielle	27	10	19	14	7	13	6	96
Facturation injustifiée	26	20	14	14	6	10	3	93
Autres problèmes liés à la livraison d'un bien	13	16	15	10	3	10	6	73
Service clientèle	25	11	9	12	0	6	8	71
Résolution du contrat	8	9	20	0	11	9	9	66
Facture ou note incorrecte	11	9	0	8	8	9	8	53

Le classement suit le système recommandé par la Commission Européenne pour la classification des plaintes et questions des consommateurs (cf. Recommandation de la Commission du 12 mai 2010 relative à l'utilisation d'une méthode harmonisée pour le classement des réclamations et demandes des consommateurs – 2010/304/UE).

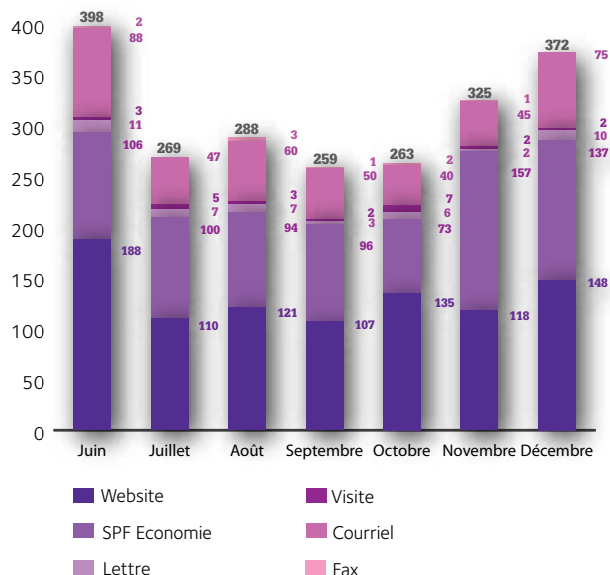
Nous reprenons ici les 10 types de plaintes les plus fréquentes.

Les plaintes les plus fréquentes concernent les litiges autour du respect de la garantie légale et commerciale. 409 plaintes sont à dénombrer pour cette problématique. En deuxième position, nous retrouvons les plaintes liées à l'aspect défectueux du produit acheté. On dénombre 274 plaintes dans cette catégorie. En troisième position, nous trouvons les litiges liés à des problèmes de livraison ou à des services commandés mais jamais fournis. 264 litiges concernant cette problématique ont été introduits auprès du Service de Médiation pour le Consommateur.

### 3.2.1.3 MODE DE TRANSMISSION DES PLAINTES

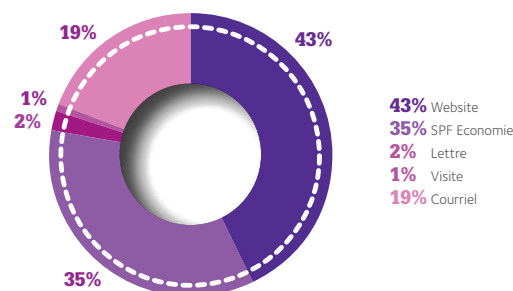
Mode Communication	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
Website	188	110	121	107	135	118	148	<b>927</b>
SPF Economie	106	100	94	96	73	157	137	<b>763</b>
Lettre	11	7	7	3	6	2	10	<b>46</b>
Visite	3	5	3	2	7	2	2	<b>24</b>
Courriel	88	47	60	50	40	45	75	<b>405</b>
Fax	2	0	3	1	2	1	0	<b>9</b>
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>269</b>	<b>288</b>	<b>259</b>	<b>263</b>	<b>325</b>	<b>372</b>	<b>2 174</b>

MODE DE TRANSMISSION DES PLAINTES



MODE DE TRANSMISSION DES PLAINTES

(EN %)



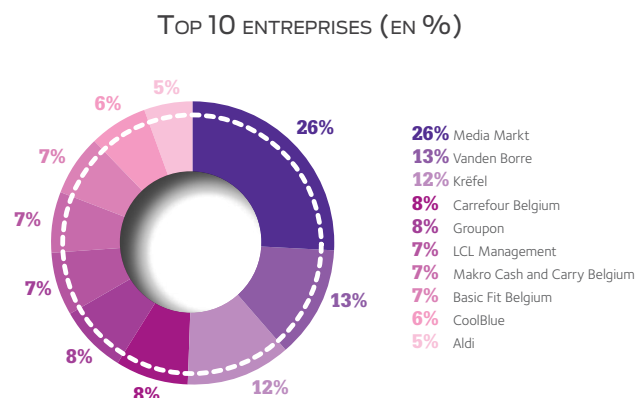
Les plaintes peuvent nous parvenir de multiples manières. 3 modes de communication ressortent toutefois du lot. Les plaintes nous parviennent soit directement via notre formulaire en ligne (927 plaintes, soit 43% des plaintes), soit via les demandes adressées au SPF Economie (763 plaintes, soit 35% des plaintes) ou par courriel (405 plaintes, soit 19% des plaintes).

### 3.2.1.4 TOP 10 ENTREPRISES

Les entreprises qui font le plus souvent l'objet de litiges traités au sein du Service de Médiation pour le Consommateur se retrouvent dans cette position parce qu'elles représentent une portion importante des transactions de consommation. Une exception toutefois : LCL Management. Cette entreprise avait l'habitude de duper ses clients en demandant un acompte pour la réalisation de travaux... qui ne voyaient jamais le jour.

Suite au nombre important de litiges concernant cette société et aux infractions constatées, le Service de Médiation pour le Consommateur a pris le soin d'en informer la direction de l'Inspection Économique.

Media Markt	67 plaintes
Vanden Borre	33 plaintes
Kréfel	31 plaintes
Carrefour Belgium	21 plaintes
Groupon	20 plaintes
LCL Management	19 plaintes
Makro Cash and Carry Belgium	18 plaintes
Basic Fit Belgium	18 plaintes
CoolBlue	17 plaintes
Aldi	14 plaintes

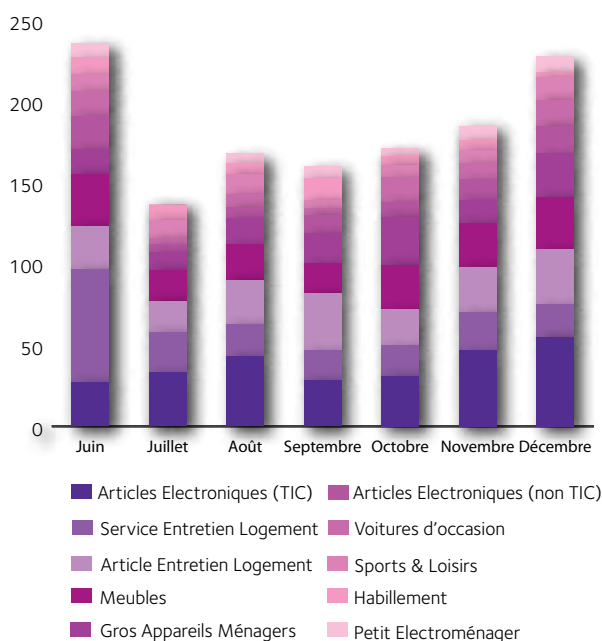


### 3.2.1.5 TOP 10 SECTEURS

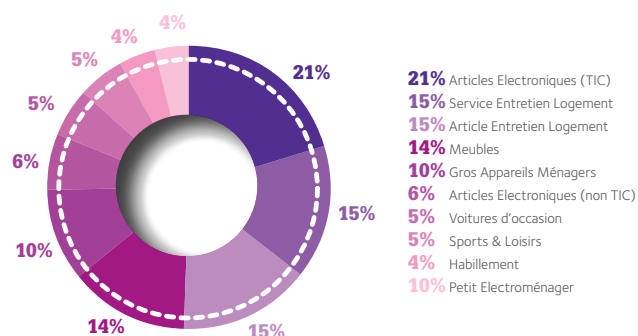
Chiffres Sectoriels	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
Articles Electroniques (TIC)	27	33	43	28	31	47	55	<b>264</b>
Service Entretien Logement	70	25	20	19	19	23	20	<b>196</b>
Article Entretien Logement	26	19	27	35	22	28	34	<b>191</b>
Meubles	32	19	22	18	27	27	32	<b>177</b>
Gros Appareils Ménagers	16	11	16	19	30	14	27	<b>133</b>
Articles Electroniques (non TIC)	20	5	7	11	9	13	17	<b>82</b>
Voitures d'occasion	15	4	8	4	15	10	16	<b>72</b>
Sports & Loisirs	11	11	12	5	8	8	14	<b>69</b>
Habillement	10	9	7	14	5	6	3	<b>54</b>
Petit Electroménager	9	1	6	7	5	9	10	<b>47</b>

Les plaintes réceptionnées par le Service de Médiation pour le Consommateur couvrent de multiples secteurs. Le secteur des articles électroniques (« ICT ») est le secteur qui engendre le plus grand nombre de plaintes (264 plaintes, 12% des plaintes). Les services (196 plaintes, 9% des plaintes) et les articles (191 plaintes, 9% des plaintes) consacrés à l'entretien du logement constituent également une grande proportion de nos plaintes. Il est aussi important de signaler le nombre de plaintes concernant le secteur de l'ameublement (177 plaintes, 8% des plaintes).

TOP 10 SECTEURS



TOP 10 SECTEURS (EN%)



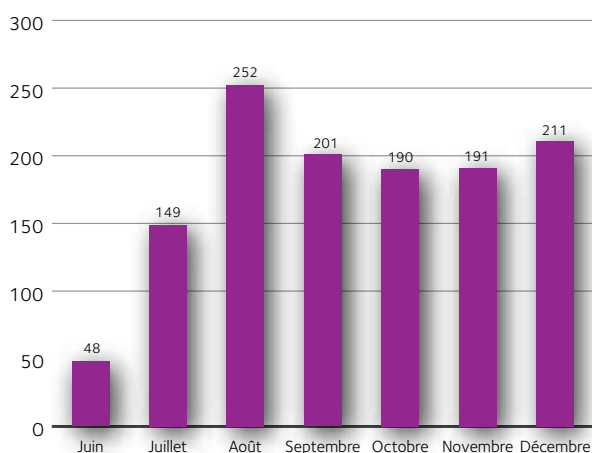
### 3.2.2 Plaintes traitées

#### 3.2.2.1 NOMBRE TOTAL DE PLAINTES CLÔTURÉES ET TRAITÉES

Plaintes Clôturées	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
<b>Total</b>	48	149	252	201	190	191	211	<b>1.242</b>

Le Service de Médiation pour le Consommateur a pu traiter et clôturer 1242 plaintes depuis le 1<sup>er</sup> juin 2015, ce qui revient à une moyenne, depuis le mois d'août 2015, de 200 plaintes traitées et clôturées par mois.

NOMBRE TOTAL DE PLAINTES CLÔTURÉES ET TRAITÉES

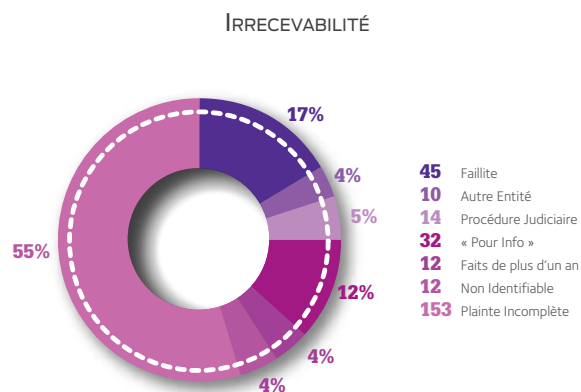


**264**  
 plaintes du secteur des  
 articles électronique ICT

## 3.2.2.2 IRRECEVABILITÉ

Plaintes Clôturées	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
Faillite	1	3	7	9	3	14	8	<b>45</b>
Autre Entité	0	1	4	0	3	0	2	<b>10</b>
Procédure Judiciaire	5	1	3	0	1	1	3	<b>14</b>
« Pour Info »	10	2	7	5	3	3	2	<b>32</b>
Faits de plus d'un an	9	2	0	1	0	0	0	<b>12</b>
Non Identifiable	2	2	0	1	3	3	1	<b>12</b>
Plainte Incomplète	0	29	17	3	7	21	76	<b>153</b>
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>42</b>	<b>92</b>	<b>278</b>

Parmi toutes les plaintes introduites auprès du Service de Médiation pour le Consommateur, 278 ont été déclarées irrecevables. Les raisons de l'irrecevabilité sont très diverses : 153 plaintes ont été déclarées irrecevables car elles étaient incomplètes, 45 plaintes concernaient des entreprises en faillite, 32 plaintes concernaient des litiges qui étaient toujours en traitement auprès de l'entreprise concernée, 14 plaintes concernaient des litiges qui avaient déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire, 12 plaintes concernaient des litiges qui dataient de plus d'une année, 12 plaintes concernaient des litiges où la partie adverse n'était pas identifiable et, enfin, 10 plaintes concernaient des litiges qui avaient déjà été traitées par une autre entité de médiation qualifiée.



## 3.2.2.3 TEMPS MOYEN DE TRAITEMENT D'UN DOSSIER

Le temps moyen de traitement d'un dossier est de 38 jours.

## 3.2.2.4 TEMPS MOYEN DE TRAITEMENT D'UN DOSSIER PAR CATÉGORIE

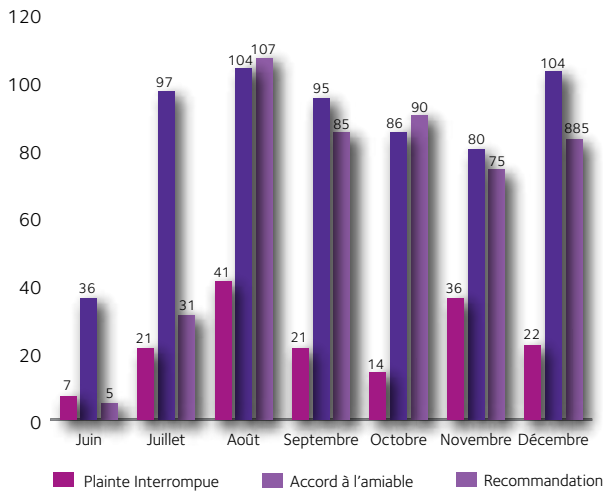
Les 5 catégories avec le temps moyen de traitement de dossier le plus long

Suspension, sans préavis, de la livraison d'un bien ou de la prestation d'un service	68 jours
Autres problèmes liés aux voies de recours	57 jours
Clauses et conditions contractuelles trompeuses	52 jours
Inexécution des obligations liées à la garantie commerciale	50 jours
Réparation partielle ou incorrecte	50 jours
Retard	50 jours

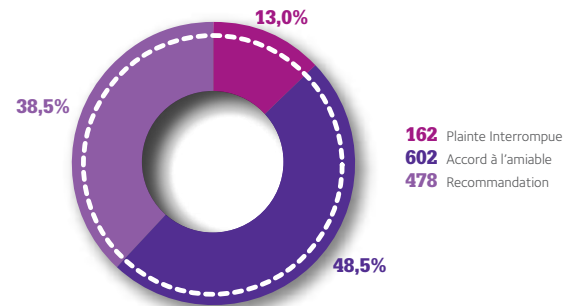
Les 5 catégories avec le temps moyen de traitement de dossier le plus court

Pratiques commerciales déloyales	19 jours
Durée contractuelle minimale	18 jours
Facturation et recouvrement de créance	17 jours
Contrats et ventes	9 jours
Sécurité (tant des biens - y compris les produits alimentaires - que des services)	6 jours

RÉSULTATS DE DOSSIERS DE MÉDIATION



RÉSULTATS DE DOSSIERS DE MÉDIATION (EN %)

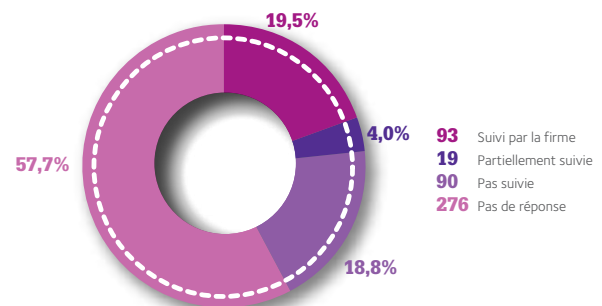


1242 dossiers ont été clôturés en 2015. 602 dossiers (48,5%) ont pu être clôturés par un règlement à l'amiable entre les parties, 478 plaintes (38,5%) ont fait l'objet d'une recommandation et 162 plaintes (13%) ont été interrompues par le plaignant.

Réponse à la recommandation	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total	%
Suivie par la firme	2	0	18	15	26	9	23	93	19,5%
Partiellement suivie	0	0	3	4	2	5	5	19	4,0%
Pas suivie	0	14	20	15	23	10	8	90	18,8%
Pas de réponse	3	17	66	51	39	51	49	276	57,7%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>31</b>	<b>107</b>	<b>85</b>	<b>90</b>	<b>75</b>	<b>85</b>	<b>478</b>	<b>100%</b>

A l'analyse des réponses des entreprises aux recommandations du Service de Médiation pour le Consommateur, nous constatons qu'une partie considérable de ces dernières (57,7%) n'a pas daigné apporter de réponses aux recommandations. Nous estimons que les entreprises ne donnent pas de réponse car aucune sanction n'est prévue par la loi du 4 avril 2014 lors du non-respect des recommandations émises par le Service de Médiation pour le Consommateur.

RÉPONSE À LA RECOMMANDATION



### 3.2.2.6 RÉSULTATS POSITIFS POUR LES PLAIGNANTS

Sur les 1242 plaintes clôturées auprès du Service de Médiation pour le Consommateur, 714 plaintes ont eu une issue positive pour toutes les parties concernées, ce qui représente une proportion de 57,5%.

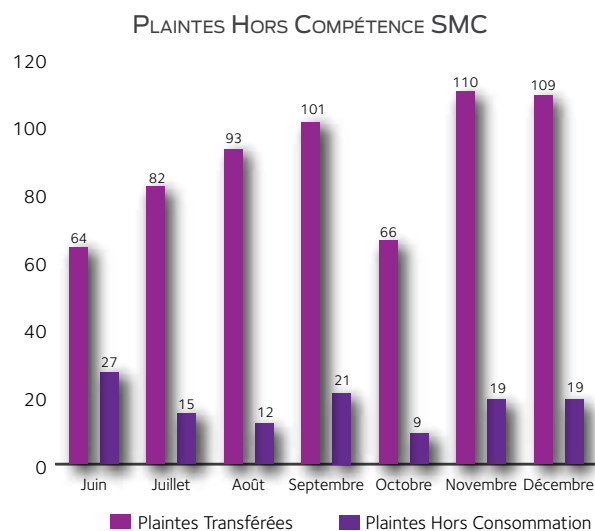
**57,5%**  
des plaintes ont  
eu une issue positive

### 3.3 PLAINTES NE RELEVANT PAS DE LA COMPÉTENCE DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

#### 3.3.1 Chiffres

Plaintes Hors Compétence SMC	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
Plaintes transférées	64	82	93	101	66	110	109	<b>625</b>
Plaintes hors attribution	27	15	12	21	9	19	19	<b>122</b>
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>97</b>	<b>105</b>	<b>122</b>	<b>75</b>	<b>129</b>	<b>128</b>	<b>747</b>

Le Service de Médiation pour le Consommateur a enregistré 747 plaintes qui ne relevaient pas de sa compétence. 625 plaintes ont pu être transférées vers des entités qualifiées et des organismes compétents. 122 plaintes ne relevaient pas du domaine de la consommation. Il s'agissait majoritairement, pour ces dernières, de litiges entre deux entreprises et non entre une entreprise et un consommateur.



#### 3.3.2 Détail des plaintes transférées

Plaintes Transférées	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
CEC	25	36	37	35	29	52	40	<b>254</b>
Ombudsfm	4	4	1	4	6	3	1	<b>23</b>
Ombudsman Assurances	4	3	1	2	1	0	3	<b>14</b>
Télécom	19	11	9	8	6	9	11	<b>73</b>
Energie	3	5	3	2	0	2	0	<b>15</b>
Ombudsrail	1	2	1	0	0	0	0	<b>4</b>
Secteur Postal	0	0	0	0	0	0	2	<b>2</b>
Notariat	0	2	3	0	0	0	0	<b>5</b>
Construction	0	5	18	31	14	20	34	<b>122</b>
Voyages	0	2	9	15	9	11	7	<b>53</b>
Médiateur Fédéral	4	2	1	3	1	0	0	<b>11</b>
Médiateur Région Flamande	3	2	2	1	0	2	1	<b>11</b>
Médiateur Wallonie	1	3	1	0	0	1	1	<b>7</b>
Automoto	0	5	7	0	0	10	9	<b>31</b>
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>82</b>	<b>93</b>	<b>101</b>	<b>66</b>	<b>110</b>	<b>109</b>	<b>625</b>

Sur les 625 plaintes transférées, 254 plaintes ont été transférées vers le CEC (Centre Européen des Consommateurs), 122 plaintes vers la Commission de Conciliation pour la Construction, 73 plaintes vers le Service de l'Ombudsman pour les Télécommunications, 53 plaintes vers la Commission Conciliation Voyages, 31 plaintes vers la Commis-

sion de Conciliation Automoto, 23 plaintes vers Ombudsfm, 15 plaintes vers le Service de médiation pour l'Energie, 14 plaintes vers l'Ombudsman des Assurances, 11 plaintes vers le Médiateur Fédéral, 11 plaintes vers le Médiateur de la Région Flamande, 7 plaintes vers le Médiateur de la Fédération Wallonie Bruxelles, 5 plaintes vers l'Ombudsman pour le



Notariat, 4 plaintes vers l'Ombudsrail et 2 plaintes vers l'Ombudsman du Secteur Postal.

Il est utile de préciser que toutes ces entités établissent des critères de recevabilité très variables en fonction du secteur concerné.

La Commission de Conciliation pour la Construction a pour règle de ne traiter un litige que si les deux parties au conflit ont, au préalable, donné leur accord pour démarrer la procédure de médiation. Il convient également de signaler qu'un montant de 200 € est demandé à chaque partie au démarrage de la procédure de médiation. Enfin, seuls les litiges d'ordre technique sont traités par la Commission de Conciliation pour la Construction. Tous les autres litiges (juridiques...) continueront à être traités par le Service de Médiation pour le Consommateur.

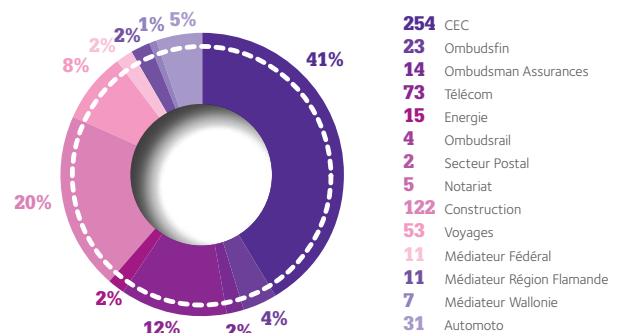
La Commission de Conciliation Automoto présente également des critères bien précis. En effet, chaque partie est invitée à verser une contribution financière unique et non-récupérable de 96,80 € TVA incluse (80 € hors TVA). En outre, pour ce qui concerne les litiges dans le domaine des voitures d'occasion, seuls les consommateurs présentant un bon de commande Traxio/Federauto pourront voir leur dossier traité par la commission. Ceci a pour conséquence que la majorité des dossiers portant sur des voitures

d'occasion continue à être traitée par le Service de Médiation pour le Consommateur.

La Commission de Litiges Voyages exige également l'accord des deux parties sur la procédure de conciliation. Une contribution financière est également prévue. Ici, c'est un montant de 50 € qui est demandé à chaque partie au démarrage de la procédure de médiation.

Pour le reste, les autres entités qualifiées déjà reconnues ne demandent ni de contribution financière, ni d'accord préalable des deux parties au commencement de la procédure.

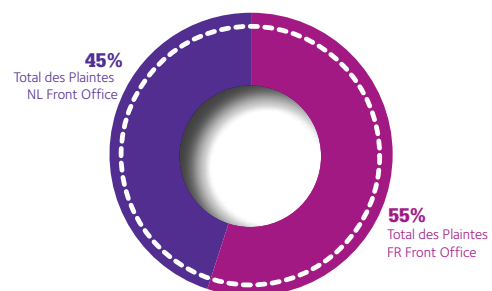
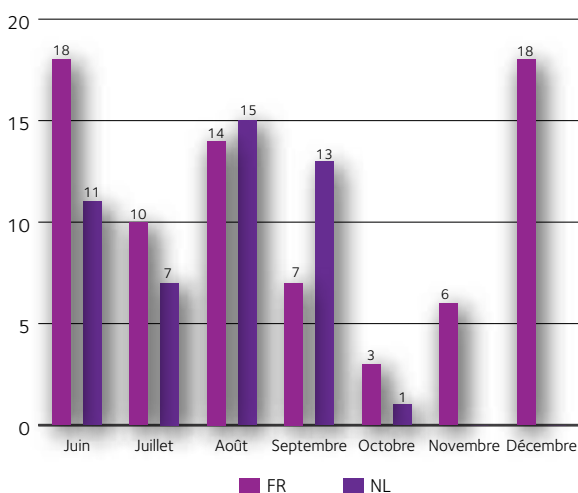
#### DÉTAIL DES PLAINTES TRANSFÉRÉES



### 3.4 NOMBRE DE DEMANDES D'INFORMATION ÉCRITES

Plaintes Front Office	Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Sept. 2015	Oct. 2015	Nov. 2015	Déc. 2015	Total
FR	18	10	14	7	3	6	18	58
NL	11	7	15	13	1	0	0	47
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>17</b>	<b>29</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>18</b>	<b>123</b>

Depuis le 1<sup>er</sup> juin 2015, le Service de Médiation pour le Consommateur a reçu 123 demandes d'informations écrites.





« EN 2015, LE SERVICE DE  
MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR  
A TRAITÉ AU TOTAL 541 PLAINTES  
CONCERNANT DES PROBLÈMES DE  
GARANTIE. »

# 4

## PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES

### 4.1 GARANTIE LÉGALE

#### 4.1.1 Exemples

##### 4.1.1.1 EXEMPLE 1

Monsieur L. achète en mai 2015 un smartphone auprès d'Eurosys, qui lui offre une garantie à vie. Au moment où son appareil tombe en panne, il n'est cependant ni remplacé ni réparé gratuitement, conformément à ce qui a été convenu. L'entreprise lui annonce que la garantie à vie implique uniquement la mise à disposition d'un appareil de remplacement pendant la période de réparation.

Eurosys ne respecte donc pas ses propres conditions, ni le délai de garantie légale. Indépendamment de la clause de garantie supplémentaire figurant sur la facture, l'entreprise se doit, quoi qu'il en soit, de respecter la garantie légale. L'appareil présentait déjà un défaut dans les six premiers mois à compter de l'achat.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a attiré l'attention de l'entreprise sur ses obligations en matière de garantie légale sur l'ambiguïté de la clause de garantie. Au final, l'appareil a été réparé gratuitement et le consommateur a bénéficié d'un appareil de remplacement pendant la période de réparation.

#### 4.1.1.2 EXEMPLE 2

Monsieur C. achète en décembre 2014 un iPhone chez Krëfel. Après avoir constaté plusieurs manquements en juillet 2015, il soumet l'appareil à l'entreprise pour réparation. Peu de temps après, on lui apprend que l'appareil est irréparable en raison d'un problème au niveau du connecteur et qu'il doit payer pour récupérer son appareil (défectueux).

Le Service de Médiation pour le Consommateur a estimé que le rapport de réparation de Krëfel était contradictoire avec les défauts mentionnés par Monsieur C. et que l'entreprise ne donnait aucune réponse définitive à propos des différents manquements. De plus, l'application d'un coût pour la réparation sur des appareils encore sous garantie est contraire à la loi sur la garantie légale. Krëfel a suivi la recommandation et a restitué l'appareil sans frais après avoir réparé le connecteur défectueux.

#### 4.1.2 Commentaire

En 2015, le Service de Médiation pour le Consommateur a traité au total 541 plaintes concernant des problèmes de garantie. La majeure partie de ces problèmes de garantie concerne, comme l'illustrent les exemples susmentionnés, le non-respect de la législation en vigueur par les entreprises.

Cependant, la législation belge est très claire : le délai de garantie légale pour les biens de consommation est de deux ans. Concrètement, en tant que consommateur, vous disposez donc toujours d'une période de garantie de deux ans pendant laquelle l'entreprise doit réparer ou remplacer votre achat, sans frais. En outre, en cas de défaut survenant dans les six mois à compter de l'achat, il est considéré que celui-ci existait déjà au moment de l'achat. S'il est cependant possible de démontrer que le défaut est le résultat d'un mauvais usage par le consommateur, le droit à une réparation ou à un remplacement sans frais échoit.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a cependant constaté qu'il arrive trop souvent que la garantie soit refusée aux consommateurs sur la base de rapports de réparation ou d'expertise généralement peu clairs, desquels il ressort que le défaut est dû notamment à une chute, un processus d'oxydation ou d'éléments découlant d'un mauvais usage par le consommateur et que le consommateur peut difficilement réfuter. En tant que consommateur, il est en effet difficile de prouver qu'un appareil électronique n'a, par exemple, jamais été exposé à l'eau. Ce n'est pas au consommateur de démontrer le contenu des rapports d'expertise. Les entreprises restent trop vagues dans leurs rapports et n'offrent pas suffisamment au consommateur la possibilité de réfuter ces arguments.

L'approche des entreprises confrontées à un défaut ou une réparation est tout aussi problématique. Trop souvent, elles réorientent le consommateur vers le fabricant. C'est notamment le cas d'acteurs d'envergure comme Media Markt, Krëfel, Aldi et Vanden Borre. Les rapports d'expertise du fabricant sont, dans ces cas de figure, utilisés comme argument pour le non-respect de la garantie. Or, la législation belge est également claire sur ce point. C'est le vendeur de première ligne qui est responsable de l'octroi de la garantie légale. Les entreprises ne peuvent donc se cacher derrière le fabricant pour refuser d'appliquer la garantie. Les vendeurs de première ligne doivent à leur tour contacter le fabricant et régler la situation avec celui-ci. Le consommateur ne doit donc en aucun cas être lésé par ce type d'argumentations.

#### 4.1.3 Recommandation

Le Service de Médiation pour le Consommateur recommande aux entreprises concernées de communiquer de manière plus transparente le contenu des rapports d'expertise, afin que le consommateur connaisse clairement l'origine du défaut.

De plus, le Service de Médiation pour le Consommateur recommande aux entreprises, si elles ne le font pas encore, de respecter la législation relative à la période de garantie légale de deux ans ainsi que l'éventuelle garantie commerciale.

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

Si l'entreprise auprès de laquelle vous avez acheté un produit est reprise, les conditions de garantie le sont en principe également. C'est le cas lorsque



l'entreprise est une personne morale, car la cession inclut l'ensemble des droits et obligations. Lorsque l'entreprise est une personne physique, elle reste tenue de respecter les conditions de garantie.

Cependant, si un entrepreneur met un terme à ses activités commerciales et introduit une demande de faillite, vous ne pouvez, en tant que consommateur, plus vous adresser à l'entreprise auprès de laquelle vous avez acheté le produit ou service mais bien au curateur désigné. Vous ne pourrez alors plus faire appel aux conditions de garantie légale.

Certains produits et services ne sont pas inclus dans la loi sur la garantie. Elle ne s'applique dès lors pas à l'eau, au gaz, à l'électricité, aux biens vendus sur saisie et biens immobiliers. La loi s'applique cependant aux animaux de compagnie. Lors de l'achat d'un animal de compagnie, le vendeur est donc également tenu de vous offrir un bon de garantie.

## 4.2 CONTRATS DE SALLE DE SPORT

### 4.2.1 Exemples

#### 4.2.1.1 EXEMPLE 1

Monsieur L. souscrit en juin 2015 un abonnement dans une salle de fitness, Easyfit, pour son fils, âgé de 16 ans, sous la forme d'une domiciliation mensuelle de 55,16 €. De cette manière, ce dernier pourra continuer à pratiquer du sport pendant les vacances scolaires, vu qu'il fréquente une école de sport. Il est convenu que l'abonnement pourra être résilié sans frais après les vacances. Lors de la cessation, on lui apprend qu'il a conclu un abonnement pour une période minimale de 18 mois. Au final, il apparaît que Monsieur L. doit s'acquitter d'une indemnité de rupture de 50 % pour la période restante.

Le collaborateur de la salle de sport lui indique finalement avoir mal informé le consommateur à propos des conditions du contrat et lui avoir donné des informations erronées concernant la durée de ce contrat. L'entreprise décide de résilier le contrat sans indemnité de rupture.

#### 4.2.1.2 EXEMPLE 2

Madame D. avait un abonnement chez Healthcity depuis des années. Lors de la reprise par Basic-Fit, elle a cependant été obligée, en juin 2015, de

prolonger son abonnement de douze mois et de souscrire à l'option obligatoire de boissons sportives vitaminées à 4 € par mois. Après médiation de notre service, la consommatrice a tout de même eu la possibilité de résilier son abonnement.

### 4.2.2 Commentaire

La majeure partie des plaintes concernant des centres de fitness traitées par le Service de Médiation pour le Consommateur a trait aux conditions contractuelles et à la facturation non justifiée. Les prolongations tacites et les difficultés concernant la cessation anticipée de contrats de fitness demeurent problématiques dans le secteur. Ce qui explique également la polémique ayant conduit à l'accord sectoriel instaurant un important code de conduite concernant notamment la cessation de contrats de fitness pour raisons médicales.

Les réactions, ou pire encore, l'absence de réactions des centres de fitness face aux plaintes du Service de Médiation pour le Consommateur, sont scandaleuses. Les entreprises restent cependant légalement tenues de collaborer avec notre service. De plus, les raisons du non-respect des cessations de contrats sont tirées par les cheveux. Il semble en effet peu probable qu'un consommateur ne pouvant pas faire du sport pour raisons médicales souhaite conserver son abonnement de fitness. La cessation effective n'est également enregistrée par les entreprises que le mois suivant la cessation. Les consommateurs payent alors un mois supplémentaire, une sorte d'indemnisation de résiliation. Citons également le fait que les conditions générales concernant les cessations manquent encore de transparence. Mieux encore, l'application des conditions générales et la publication de ces conditions se font encore trop rarement par les acteurs d'envergure du marché, dont Basic-Fit fait partie.

### 4.2.3 Recommandation

Le Service de Médiation pour le Consommateur recommande aux centres de fitness de communiquer dans leurs conditions générales de manière plus claire et plus transparente les différents tarifs et les conditions de résiliation du contrat, conformément aux dispositions du Code de conduite du secteur du fitness<sup>1</sup>. Les centres y établissent eux-mêmes des conventions concernant les tarifs et listes de tarifs,

<sup>1</sup> [http://economie.fgov.be/fr/binaries/Code\\_de\\_conduite\\_fitness\\_tcm326-275738.pdf](http://economie.fgov.be/fr/binaries/Code_de_conduite_fitness_tcm326-275738.pdf)

la durée et la résiliation des contrats de fitness, la communication au consommateur, etc.

La Direction générale de la Réglementation économique du SPF Économie a veillé à l'adhésion des centres de fitness. Si aucun accord direct ne peut être atteint entre le consommateur et un centre de fitness, la compétence du traitement du dossier incombe encore au Service de Médiation pour le Consommateur.

De plus, l'encaissement de paiements par domiciliation doit immédiatement être interrompu après la résiliation du contrat par le consommateur. Ainsi, les longues périodes de cessation lors desquelles le consommateur continue de payer pendant quelques mois pour un abonnement dont il ne souhaite plus faire usage sont évitées.

Le consommateur dispose déjà de plusieurs possibilités pour protéger ses droits en cas de domiciliation.

- > Le consommateur doit adresser sa demande de résiliation du mandat de domiciliation au fournisseur de services qui, dans le cadre de la domiciliation européenne SEPA, est responsable de la gestion des mandats ;
- > le consommateur a le droit de demander à son établissement bancaire d'activer des mesures de protection supplémentaires ; le débiteur peut en effet assigner son prestataire de services de paiement ou son établissement bancaire ;
  - il peut limiter la perception d'un prélèvement automatique (ou ordre de domiciliation) à un certain montant ou une certaine périodicité, voire les deux ;
  - il peut bloquer les prélèvements automatiques initiés par un ou plusieurs bénéficiaires spécifiés ou n'autoriser un prélèvement automatique que pour un ou plusieurs bénéficiaires spécifiés.

En outre, le consommateur peut, jusqu'à 8 semaines après le débit, demander le remboursement d'un paiement par domiciliation. Deux conditions doivent alors être respectées :

« 1° l'autorisation n'indiquait pas le montant exact de l'opération de paiement lorsqu'elle a été donnée, et

2° le montant de l'opération de paiement dépassait

le montant auquel le payeur pouvait raisonnablement s'attendre en tenant compte du profil de ses dépenses passées, des conditions prévues par son contrat-cadre et des circonstances pertinentes de l'affaire. »

(art. VII.37, §1 du Code de droit économique)

**Attention** : une demande de remboursement n'implique cependant pas l'extinction de la créance.

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

Si possible, nous recommandons aux consommateurs, lors de la conclusion d'un contrat avec un centre de fitness, d'opter pour un virement ou une prolongation mensuelle au lieu d'une domiciliation automatique. Cette possibilité leur est déjà offerte par le biais du code de conduite, pour autant que le centre de fitness y adhère.

Les consommateurs doivent, lors de la conclusion d'un contrat, être informés des conditions générales et modes de résiliation. Il est également important de toujours demander un contrat écrit s'il n'est pas proposé lors de la conclusion d'un abonnement.

### 4.3 LITIGES TECHNIQUES CONCERNANT DES MEUBLES

#### 4.3.1 Exemples

##### 4.3.1.1 EXEMPLE 1

Madame W. commande en novembre 2014 un dressoir, un bar et une table de salle à manger couleur cerise auprès de Meubelen Verberckmoes. Lors de leur livraison fin mars 2015, elle constate que les étagères ne sont pas droites, que les portes du dressoir s'ouvrent dans le mauvais sens et que la rallonge de la table ne peut se ranger sous la table, comme initialement prévu.

L'entreprise fait référence dans sa réponse à un schéma des meubles pour la commande, mais n'est pas en mesure de le remettre au Service de Médiation pour le Consommateur. Vu que les meubles ne sont pas conformes aux attentes et présentent des défauts, Madame W. a cependant droit à de nouveaux meubles en vertu de la loi sur la garantie. Au final, l'entreprise suit la recommandation du Service de Médiation pour le Consommateur.



### 4.3.1.2 Exemple 2

Madame V. a acheté en juin 2013 un salon en cuir auprès de De Meubelmarkt. En décembre 2014, elle constate cependant que la couche supérieure du cuir est tellement usée qu'une tache de 12,5 cm de diamètre est apparue. L'entreprise admet qu'il s'agit d'une erreur de fabrication et qu'elle ne peut par conséquent pas être tenue pour responsable de ce manquement. De Meubelmarkt est le vendeur de première ligne et doit dès lors respecter la garantie. L'objet doit donc être remplacé par De Meubelmarkt. Après une recommandation transmise à l'entreprise par le Service de Médiation pour le Consommateur, le fauteuil en question est remplacé.

### 4.3.2 Commentaire

Le Service de Médiation pour le Consommateur a reçu en 2015 un total de 176 plaintes concernant des meubles. Le contenu de ces dossiers de plainte est cependant très varié. L'analyse de certains dossiers s'est déroulée en toute fluidité lorsque les plaintes avaient trait à la facturation, la livraison ou la garantie. Dans ces cas de figure, nos gestionnaires de dossiers ont fait appel au Code de droit économique et au Code civil, aux conditions générales des entreprises et aux conventions écrites entre le consommateur et l'entreprise.

Lors de litiges techniques, la résolution d'un dossier peut demander davantage d'efforts. Ce type de dossiers de plaintes n'est pas univoque et implique souvent différents points de vue opposés. Dans le cas des litiges techniques, citons également les dossiers dans lesquels les meubles présentent des taches, mais aussi ceux dans lesquels un plan de travail dans une cuisine présente une fissure inhabituelle. Il reste difficile de déterminer le responsable de ce type de dommages.

Cependant, le Service de Médiation pour le Consommateur peut également intervenir dans ces dossiers. Dans le cas de litiges techniques, les consommateurs peuvent faire appel au Service de Médiation pour le Consommateur, qui à son tour peut désigner un expert indépendant qui analysera le litige en collaboration avec le Service de Médiation pour le Consommateur. L'indemnisation de cette analyse d'expert est alors à charge du consommateur et de l'entreprise. De plus, la technicité d'un dossier concernant des meubles est plus difficile à déterminer au début d'une médiation, car elle n'apparaît qu'après

analyse des rapports d'expertise. Ces rapports ne sont souvent envoyés que pendant le processus de médiation.

Il convient également de souligner que les entreprises de meubles refusent parfois de collaborer avec le Service de Médiation pour le Consommateur et préfèrent contacter la Commission de Litiges Meubles ou réorienter le consommateur vers cette commission de litiges. Il convient, cependant, de noter que cette commission n'a pas encore été officiellement agréée et n'est en outre pas gratuite pour le consommateur. En outre, elle n'intervient que lorsque l'entreprise en question est affiliée à la Fédération nationale des négociants en meubles (NAVEM).

### 4.3.3 Recommandation

Comme indiqué ci-avant, la Commission de Litiges Meubles n'est pas agréée officiellement à ce jour. La collaboration des entreprises, affiliées ou non à la commission, laisse parfois à désirer. Cette collaboration est cependant une obligation légale. Le fait qu'un litige ait déjà été soumis à la Commission de Litiges Meubles n'a aucune influence sur l'issue de la médiation menée par le Service de Médiation pour le Consommateur.

Les entreprises doivent assumer leurs responsabilités en cas de litiges. Le Service de Médiation pour le Consommateur espère pouvoir mener une communication ouverte avec le secteur du meuble en vue d'une médiation positive. Pour favoriser cette communication, le Service de médiation pour le consommateur recommande dès lors que les entreprises prennent leurs responsabilités et contribuent à la réalisation de rapports d'expertise lorsque nous faisons appel à des expertises externes. Cette attitude favorisera une analyse objective et la transparence de la médiation.

### 4.3.4 Points d'attention pour les consommateurs

Les consommateurs doivent s'assurer que toutes les spécifications techniques sont reprises sur le bon de commande ou les contrôler lors de leur commande. Ainsi, les discussions ou malentendus ultérieurs seront évités et les plaintes pourront être traitées de manière plus ciblée.

Dans certains cas, les entreprises offrent, en marge de la garantie légale, également une garantie

commerciale sur la commande (ou des éléments de celle-ci). Dans ce cas, il est indispensable de spécifier clairement les éléments et les travaux de réparation relevant de cette garantie commerciale après la période de garantie légale. Songez par exemple à la garantie commerciale sur un siège en cuir pour le remplacement de la housse en cuir. Il peut apparaître ensuite que le capitonnage du siège ne relève pas de cette garantie, ce qui causera des frais supplémentaires au consommateur.

## 4.4 RESPECT DES CONDITIONS CONTRACTUELLES

### 4.4.1 Exemples

#### 4.4.1.1 EXEMPLE 1

En octobre 2015, Madame B. signe un contrat de vente pour un salon chez Universal Confort. Après cinq jours, elle souhaite annuler cet achat. Les conditions générales de l'entreprise stipulent en effet que le consommateur peut révoquer l'achat sans frais dans les sept jours. L'entreprise exige cependant une indemnité de résiliation représentant 30 % du montant de l'achat. Le Service de Médiation pour le Consommateur a par conséquent recommandé à l'entreprise de résilier le contrat de vente sans frais. L'entreprise n'a communiqué aucun point de vue au Service de Médiation pour le Consommateur par rapport à la recommandation.

#### 4.4.1.2 EXEMPLE 2

Monsieur G. demande en juillet 2015 à Beenhouwerij Vermeulen, sur présentation d'une carte d'épargne complète, de recevoir 500 grammes de viande hachée de porc gratuits, auxquels il a droit grâce à cette action d'épargne. On lui apprend que l'action est terminée. La période de validité n'est cependant mentionnée nulle part sur la carte d'épargne et les conditions générales de l'action ne sont pas disponibles. L'entreprise a finalement offert les 500 grammes de viande hachée gratuits.

### 4.4.2 Commentaire

Nous avons constaté, au cours de la gestion des plaintes, qu'une multitude de conditions contractuelles étaient source de problèmes pour les consommateurs. Au total, le Service de Médiation pour le Consommateur a reçu 331 plaintes concernant une communication trompeuse et/ou un déficit de

communication concernant les conditions contractuelles. Il peut s'agir d'un délai de rétractation n'ayant pas été respecté par une entreprise, mais aussi d'une facture non justifiée envoyée après un achat.

La majeure partie de ce type de plaintes a cependant trait à la dissolution du contrat. Dans ces cas, la dissolution du contrat n'est donc pas respectée et des litiges concernant la manière dont il y est procédé et les frais en découlant apparaissent. Le délai de rétractation pour la dissolution d'un contrat est la principale source récurrente de conflits.

Chaque entreprise doit en principe communiquer de manière claire, univoque et transparente les conditions de rétractation au consommateur. Trop souvent encore, les conditions restent source de problèmes dans la réalité. Les consommateurs n'ont pas été informés à propos des conditions de rétractation ou ne l'ont pas été suffisamment et se sentent dupés lorsqu'il apparaît qu'ils doivent s'acquitter d'une importante indemnité de rupture s'ils souhaitent résilier le contrat. Le calcul de cette indemnité de rupture soulève également des questions. La loi n'instaure aucune limitation pour cette indemnité. Les consommateurs qui annulent des bons de commande représentant un montant d'achat important dans les semaines suivant l'achat peuvent par exemple être confrontés à une indemnité d'annulation qui n'est en termes de pourcentage pas proportionnelle au délai de livraison effective. Les entreprises jouent dans ce cas souvent la carte des frais engagés et des revenus perdus pour justifier l'indemnité.

Concrètement, dans le cas d'une vente à distance, tous les consommateurs disposent toujours d'un droit de rétractation sans frais de deux semaines, comme dans le cas, par exemple, d'achats effectués via une boutique en ligne. Attention, ce délai ne prend effet qu'au moment où le consommateur reçoit le produit ou service. Dans ce délai, le consommateur peut donc demander le remboursement de l'intégralité du montant d'achat. Si le consommateur achète cependant un produit directement en magasin, il ne dispose pas nécessairement d'un délai de rétractation. Et même en cas de délai de rétractation contractuel, l'entreprise n'est pas tenue de vous rembourser le montant de l'achat. Dans ce cas, un bon d'achat du même montant peut suffire.

Le Service de Médiation pour le Consommateur constate cependant des problèmes lors de certains types d'achat. Nombre d'achats d'envergure, comme



des meubles, se font en effet sur la base de modèles d'exposition. Lorsque, lors de la livraison, il apparaît que le produit ne correspond pas à ses attentes, le consommateur n'a pas la garantie de pouvoir récupérer le montant de l'achat, alors qu'il ne s'agit en principe pas du même objet que celui qui est exposé.

#### 4.4.3 Recommandation

Le Service de Médiation pour le Consommateur recommande aux entreprises belges, tel qu'il est prévu par la loi, de mettre les conditions générales contractuelles à la disposition des consommateurs. L'éventuel délai de rétractation doit y être spécifié clairement et communiqué au consommateur lors de l'achat. Si les conditions générales de vente ne sont pas disponibles, le consommateur ne peut en effet pas les avoir acceptées et elles ne seront dès lors pas d'application.

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

Si, en tant que consommateur, vous n'avez au moment de l'achat pas été informé des conditions générales, vous avez le droit de les demander. Si ces dernières ne sont pas mentionnées dans le contrat d'achat, elles doivent par exemple être disponibles sur le site web de l'entreprise ou dans tous les cas pouvoir être accessibles. De toute manière, vous devez, en tant que consommateur, avoir pu aisément prendre connaissance des conditions générales avant la signature du contrat.

### 4.5 DISPOSITIONS CONTRACTUELLES DE CRÈCHES

#### 4.5.1 Exemples

##### 4.5.1.1 EXEMPLE 1

Madame C. inscrit son fils en janvier 2015 à la crèche 't Kadeke et paie pour les mensualités pour les mois à venir, de janvier à mai inclus, ainsi qu'une caution. On lui explique que tous les agréments nécessaires sont disponibles et que les attestations fiscales lui seront envoyées ultérieurement. En mai, la crèche ferme soudainement ses portes et madame C. apprend que l'entreprise n'était pas agréée par Kind & Gezin. L'attestation fiscale et les montants payés, comme la caution, sont perdus. L'entreprise a refusé toute collaboration avec le Service de Médiation pour le Consommateur.

##### 4.5.1.2 EXEMPLE 2

Monsieur K. conteste une facture de la crèche Het Babypaleis dans laquelle sont inscrits ses deux enfants car il estime ne pas avoir été suffisamment informé à propos des différences au niveau du tarif lié au revenu. Il pensait que son aîné continuait de relever du tarif lié au revenu plus avantageux, ce qui n'était pas le cas.

L'entreprise a informé le Service de Médiation pour le Consommateur par téléphone du fait que le consommateur semblait avoir des difficultés à comprendre le fonctionnement du tarif lié au revenu, ce qu'a confirmé le témoignage du consommateur. L'entreprise a ensuite continué d'envoyer des demandes de paiement pendant la médiation, ce qui est légalement interdit. En ce qui concerne la facture impayée, le Service de Médiation pour le Consommateur a recommandé d'appliquer le tarif lié au revenu et d'annuler les frais de rappel supplémentaires.

#### 4.5.2 Commentaire

Normalement, toutes les crèches actives en Belgique sont agréées par Kind & Gezin ou l'Office National de l'Enfance. Lors de l'analyse des dossiers de plaintes concernant les crèches, seules 2 plaintes sur 35 ont été introduites par des consommateurs francophones.

Le contrôle des agréments des crèches ne relève pas du domaine de compétence du Service de Médiation pour le Consommateur. Cependant, force est de constater que les dispositions contractuelles des différentes crèches présentent de fortes disparités. Il est souvent question de manque de clarté à propos du mode de facturation des indemnités pour les langes et des périodes de congé. Ce manque de clarté induit à son tour des conflits ultérieurs.

Force est également de constater que les différentes factures finales et les modes de facturation varient fortement. Le tarif lié au revenu est appliqué, mais le taux de présence par exemple est également pris en compte. Les modes de calcul ne sont pas toujours fixés dans les conditions contractuelles pour le consommateur.

Les crèches manifestent le même refus de collaborer que les vendeurs de meubles. On peut l'expliquer par le fait que les crèches, en cas de litiges, s'adressent souvent à Kind & Gezin et à l'Office National de l'Enfance pour la médiation.



### 4.5.3 Recommandation

Plus les conditions contractuelles sont spécifiques, moins il y aura de malentendus et points de discussion a posteriori. Les spécificités concernant les tarifs appliqués et la facturation pendant les périodes de congé doivent être communiquées de manière plus claire et plus transparente aux parents. L'agrément des crèches est cependant une matière communautaire et, dans le cas de la Région flamande, les conditions d'agrément sont par exemple reprises dans l'Arrêté du 22 novembre 2013 du Gouvernement flamand relatif aux subventions et aux conditions y afférentes pour la réalisation de services spécifiques par l'accueil familial et l'accueil en groupe de bébés et de bambins. Il contient déjà des obligations en matière de fourniture d'informations. L'arrêté stipule notamment que l'organisateur conclut un contrat écrit comportant à tout le moins le contenu obligatoire avec le titulaire du contrat, et qu'il mentionne notamment :

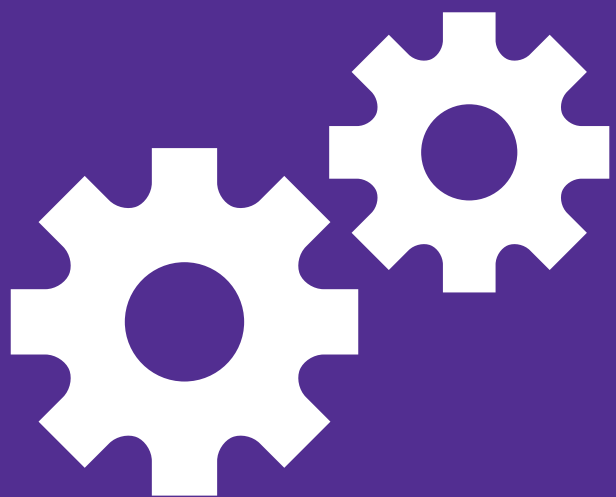
« 5° le prix pour l'accueil d'enfants, entre autres le mode de paiement et les modalités légalement autorisées pour modifier le prix pour l'accueil d'enfants. »

De tels dossiers, lorsqu'ils ont trait à des matières communautaires, sont envoyés pour suivi aux collaborateurs des services de médiation compétents, afin qu'ils puissent évoquer ces matières politiques avec les administrations compétentes.

### 4.5.4 Points d'attention pour les consommateurs

En tant que consommateur, il est préférable que vous vous informiez autant que possible au préalable des différents tarifs appliqués avant de conclure un contrat. En cas de questions concernant l'agrément d'une crèche, vous pouvez toujours vous adresser à Kind & Gezin ou à l'Office National de l'Enfance.





# 5

## BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR

### BUDGET ET RÉALISATIONS 2015

#### Budget des recettes 2015

Pour 2015, le financement estimé du budget de 1 469 050 € se composait initialement des éléments suivants :

• Participation des services de médiation sectoriels dans les frais locatifs du SPF Économie	160 658 €
• Participation des services de médiation sectoriels dans le Front Office	301 392 €
• Contribution Gouvernement fédéral (2014) dans les travaux d'installation	500 000 €
• Contribution Gouvernement fédéral (2015)	507 000 €

« À PARTIR DU 1<sup>ER</sup> AVRIL 2016 LE  
PLAN DE PERSONNEL DU SERVICE DE  
MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR  
PRÉVOIT UN CADRE DU PERSONNEL DE  
7 ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN. »

## Budget des dépenses 2015

Le budget des dépenses de 2015 s'élève à 1 469 050 € et est réparti comme suit :

• Dépenses de personnel	533 750 €
• Dépenses de fonctionnement	251 300 €
• Dépenses de capital	684 000 €

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 fait partie des organismes d'administration publique dotés de la personnalité juridique, conformément à l'article 2, 3° de cette loi. Dès lors, le Service de Médiation pour le Consommateur doit établir un projet de budget et le soumettre au ministre dont l'organisme relève et au Ministre du Budget (application des articles 86 et 87, § 2 de la même loi).

Le budget du Service de Médiation pour le Consommateur contient les dépenses couvrant :

- > la création et le fonctionnement d'un point de contact ou Front Office pour informer les consommateurs sur les possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et transmettre les plaintes à l'entité qualifiée compétente en la matière ;
- > la création et le fonctionnement d'un service des litiges résiduaire pour le règlement extrajudiciaire pour lesquels aucune autre entité qualifiée n'est compétente ;
- > les moyens logistiques et matériels mis à disposition par le SPF Économie et tels que repris dans le contrat de prestation de services conclu entre le Service de Médiation pour le Consommateur, les services de médiation sectoriels concernés et le SPF proprement dit, bien évidemment ;
- > les services horizontaux nécessaires au support du Service de Médiation pour le Consommateur dans le domaine de la gestion du personnel, du contrôle du budget et de la gestion, des TIC, des services administratifs et logistiques, de la communication interne et externe et des traductions. Ces services de support seront, à terme, également utiles pour la création de synergies entre les services sectoriels existants, conformément à l'article XVI.8, §4 de la loi du 4 avril 2014 (consolidation des budgets, rédaction d'un plan stratégique, d'un compte annuel et d'un plan de personnel communs).

Pour l'exercice de fonctionnement 2015, le plan de personnel du Service de Médiation pour le Consommateur prévoit un cadre du personnel de 16 équivalents temps plein (ETP), dont :

- 5 ETP pour le Point de contact/Front Office ;
- 7 ETP pour le service de litiges résiduaire et ;
- 4 ETP pour les services de support.

Ces ETP ont été complétés pour l'année 2015 par les 9 ETP suivants (situation au 31/12/2015) :

- 1 manager opérationnel chargé également de la gestion du budget de niveau A
- 1 secrétaire du Comité de Direction en charge des ressources humaines de niveau A
- 1 communication manager chargé également de la comptabilité de niveau A
- 1 employé de niveau B pour le règlement de la logistique et de l'ICT
- 3 gestionnaires de dossiers de niveau B
- 2 employés administratifs de niveau C

Il convient également de souligner que le responsable pour le Budget et le Contrôle a quitté le service le 31 août 2015 et n'a pas été remplacé.

Les frais de fonctionnement ordinaires ont trait d'une part aux dépenses liées au soutien logistique et matériel du SPF Économie concernant le logement (pour un montant de 187 700 € en 2015). Le Service de Médiation pour le Consommateur et les services de médiation sectoriels ne doivent verser aucun loyer au SPF Économie ni à la Régie des bâtiments, mais doivent s'acquitter des charges (locatives) générales et spécifiques inhérentes à la gestion des bâtiments, conformément à ce qui a été convenu dans le contrat de prestation de services conclu avec le SPF Économie.

Les autres frais de fonctionnement concernent l'équipement et les biens à acheter, ainsi que les dépenses liées à la communication par courrier et moyens de télécommunication, le support informatique, les logiciels et les coûts de prestation de services externes (études, documentation, traductions, publications, etc.).



Les coûts d'investissement ou dépenses en capital avaient principalement trait aux coûts d'installation et d'aménagement par la Régie des bâtiments et les autres coûts de constitution nécessaires pour l'acquisition d'équipement et matériel et pour le recrutement de personnel.

Les dépenses de fonctionnement et investissements sont contrôlés par le Comité de direction du Service de Médiation pour le Consommateur par le biais d'une comptabilité permettant le suivi de la réalisation du budget annuel.

En ce qui concerne le budget des dépenses 2015 de 1 469 050 €, à la fin de l'exercice budgétaire, 1 022 037 € de dépenses et investissements avaient été approuvés et commandés par le Comité de direction.

## BUDGET 2016

### Budget des recettes 2016

Le budget des recettes établi pour l'ensemble de l'année 2016 limite le budget, après deux adaptations budgétaires, à 801 388 €, répartis comme suit :

• Participation des services de médiation sectoriels dans les frais locatifs du SPF Économie	182 900 €
• Participation des services de médiation sectoriels dans le Front Office	14 921 €
• Participation des services de médiation sectoriels dans les TIC	40 545 €
• Participation des services de médiation dans les frais de Chancellerie	11 178 €
• Contribution Gouvernement fédéral	354 086 €
• Moyens sous-utilisés de la participation des services de médiation	197 758 €

### Budget des dépenses 2016

Le budget des dépenses de 2016 s'élève à 801 388 € et est réparti comme suit :

• Dépenses de personnel	455 460 €
• Dépenses de fonctionnement	314 664 €
• Dépenses de capital	31 264 €

Le cadre du personnel de 16 ETP ne peut dès lors être rempli. A partir du 1<sup>er</sup> avril 2016, seuls 7 ETP constituent l'équipe:

- 1 manager opérationnel chargé également de la gestion du budget de niveau A
- 1 communication manager chargé également de la comptabilité, des ressources humaines et du secrétariat de niveau A
- 1 employé de niveau B pour le règlement de la logistique et de l'ICT
- 3 gestionnaires de dossiers de niveau B
- 1 employé administratif de niveau C

Les frais de fonctionnement du Service de Médiation pour le Consommateur sont en hausse car l'année 2016 est une année complète à financer. En outre, ces coûts découlent de marchés publics et contrats conclus en 2015 et déjà limités à un minimum si le Service de Médiation pour le Consommateur souhaite respecter ses missions et obligations légales.

Les coûts d'investissement sont en net repli car les coûts de constitution et d'aménagement uniques ont déjà été approuvés et soumissionnés en 2015.

Cette importante réduction du budget s'explique par un problème de financement structurel du Service de Médiation pour le Consommateur (voir point 6 ci-après).



« 74 % DES PLAINTES SONT TRAITÉES  
PAR LE SERVICE DE MÉDIATION POUR  
LE CONSOMMATEUR »



## MOYENS FINANCIERS

En vertu de la loi du 4 avril 2014 portant insertion du Livre XVI, « Règlement extrajudiciaire des litiges de consommation » dans le Code de droit économique, le Service de Médiation pour le Consommateur, en vue de l'accomplissement de ses missions légales est financé par :

1. Une partie des "contributions aux frais de médiation" légales ou réglementaires qui sont prélevées afin de financer les médiateurs faisant partie du Comité de Direction du Service de Médiation pour le Consommateur (à savoir le Service de Médiation pour les Télécommunications, le Service de Médiation pour le Secteur Postal, le Service de Médiation pour l'Énergie, l'Ombudsrail, le Service de Médiation des Services Financiers et le Service de Médiation des Assurances) pour le financement de la mission de Front Office. Chacun des services de médiation concernés budgétise au pro rata la part du point de contact, qu'il entend utiliser et verse cette part au Service de Médiation pour le Consommateur;
2. Une subvention à charge du budget général des dépenses fédérales.



En faisant abstraction des frais d'investissement uniques d'un montant de 500 000 € pour le démarrage du Service de Médiation pour le Consommateur, le service reste confronté à de considérables problèmes de financement et de réalisation du financement.

Pour le point 1 : Pour 2016, les redevances de médiation budgétisées au pro rata pour l'utilisation du Front Office créé au sein du Service de Médiation pour le Consommateur, ont fortement été diminuées (de 301 392 € en 2015 à 14 323,79 € en 2016). En effet, sur base des plaintes reçues en date de fin décembre 2015, il ressort que 74% de ces plaintes sont traitées par le Service de Médiation pour le Consommateur car il n'existe pas d'entités sectorielles reconnues comme telles par le SPF Economie pour pouvoir les traiter. Le nombre de plaintes reçues par le Front Office et transférées aux membres médiateurs du Comité de Direction ne dépasse pas les 5%.

En outre, les contributions de médiation prévues pour 2015 ont été versées ni par le Service de Médiation des Assurances pour un montant de 57 170,96 €, ni par Ombudsrail pour un montant de 49 048,92 €, qui n'a pas été honoré par le SPF Mobilité pour des raisons que le Comité de Direction estime non fondées.

A ce jour, il semblerait que la même situation prévaudra pour l'année 2016.

Pour le point 2 : Le subside fédéral a été réduit en 2015 à 364 000 € (d'un montant à l'origine de 507 000 €) et en 2016 à 368 000 €.

Sur base du nombre de plaintes enregistrées par le Service de Médiation pour le Consommateur en 2015, à savoir 2 921 plaintes, et en sachant que le département opérationnel du Service de Médiation pour le Consommateur comporte 3 gestionnaires de dossiers et 1 employé administratif à partir d'avril 2016, il est important de signaler que les missions légales pourraient ne plus être remplies si les moyens financiers du service ne sont pas revus à la hausse.

En effet, l'exercice budgétaire 2016 (qui tient compte d'un subside fédéral de 368 000 € et d'un rapport des moyens sous-utilisés en 2014 et 2015 de 197 758 €) ne permet pas, en l'état, de financer le service et les employés qui la composent et, à fortiori, de couvrir les demandes futures du service. Les derniers chiffres annoncent, en effet, une évolution structurelle à la hausse. Pour le seul mois de mars 2016, par exemple, le Service de Médiation pour le Consommateur a enregistré 442 plaintes qui relèvent de sa compé-

tence. A titre de comparaison, le Service de Médiation pour le Consommateur a pu clôturer 235 plaintes sur la même période. Cette évolution quantitative nous montre clairement que le Service de Médiation pour le Consommateur ne peut pas continuer à remplir correctement ses missions légales avec les moyens actuels en termes de personnel (structure à partir d'avril 16 : 3 gestionnaires de dossiers (2 NL et 1 FR) et 1 employé administratif (1 FR)).

Sur base de ces éléments, il est souhaitable que le Service de Médiation pour le Consommateur puisse disposer, comme prévu dans le cadre du budget original et comme mentionné au point 2.1 du rapport annuel de :

- > Un Manager Opérationnel de Niveau A
- > Un Responsable Budget & Contrôle de Niveau A
- > Un Secrétaire de Direction en charge des Ressources Humaines de Niveau A
- > Un Communication Manager de Niveau A
- > Un Responsable ICT de Niveau B
- > Neuf Gestionnaires de Dossiers de Niveau B
- > Deux Employés Administratifs de Niveau C

En outre, la séparation des compétences et des pouvoirs qui garantissent le contrôle sain des finances n'est plus garantie au sein du service suite au départ du Responsable Budget & Contrôle et du Secrétaire du Comité de Direction.

En conclusion, il ressort que les contributions des différents services de médiation, comme prévues dans la loi du 4 avril 2014 portant insertion du Livre XIV, ne suffiront pas à garantir un service qualitatif et efficace pour tous les consommateurs au vu du nombre important de plaintes enregistrées au cours de la première année d'activité du service. Dans cette optique, il est donc plus que jamais recommandé d'attribuer au Service de Médiation pour le Consommateur les moyens financiers lui permettant de rencontrer les ambitions qui lui ont été attribuées.





## 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