

RAPPORT

Service de médiation

ANNUEL

pour le consommateur

2019



Service de Médiation
pour Le Consommateur

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	4	5. PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES	32
L'équipe SMC	7	5.1 Services de réparation	33
Chiffres clés	8	5.2 Compagnies Aériennes	34
2. MISSION ET FONCTIONNEMENT	10	5.3 Rupture unilatérales d'un contrat	36
2.1 À propos du Service de Médiation pour le Consommateur	10	5.4 Problèmes de livraison	37
2.2 Activités externes	12	5.5 Animaux domestiques	39
2.3 Procédure du SMC : dossiers résiduaire	12	5.6 Autos	40
3. BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR	14	6. POINTS D'ATTENTION	42
3.1 Budget 2019	15	6.1 Coopération des entreprises	43
3.3 Personnel	15	6.2 Mauvaise foi	43
4. STATISTIQUES	16	6.3 Entités sectorielles qualifiées	45
4.1 Nouveaux dossiers	17	7. RÈGLEMENT COLLECTIF DES LITIGES	46
4.2 Moyen de communication	19		
4.3 Dossiers résiduaire	20		
4.4 Dossiers	22		
4.5 Dossiers résiduaire clôturés	24		
4.6 Top secteurs 2019	26		
4.7 Top catégories 2019	28		
4.8 Top 10 entreprises	30		
4.9 Délai moyen de traitement d'un dossier	31		





Service de Médiation
pour Le Consommateur

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

1

INTRODUCTION

Modification rapport annuel:

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

En 2020, la résolution extrajudiciaire des litiges de consommation en Belgique consiste en un paysage de 15 services qualifiés et indépendants. Ceux-ci sont compétents pour résoudre des litiges dans les secteurs suivants : télécommunications, institutions financières, notariat, assurances, construction, automobile, énergie, voyages, poste, juridique (entité francophone et néerlandophone), commerce, textile et huissiers de justice.

Le choix fait par la Belgique d'une organisation sectorielle constitue une base solide pour le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. De cette manière, tout litige de consommation peut être résolu à l'amiable. De plus, la compétence entre les 15 entités qualifiées est clairement définie : un seul service est compétent pour chaque litige de consommation.

Le consommateur sait donc clairement vers quel service se tourner : vers le service de médiation de l'énergie en cas de litige concernant une facture d'énergie, vers l'ombudsman pour le notariat en cas de mécontentement concernant le règlement d'un héritage, etc. L'entreprise bénéficie également d'un service de contentieux propre à son secteur : les employés assurent une médiation avec leurs connaissances et leur expertise et offrent une seconde chance de rétablir la confiance dans l'entreprise et le secteur. Une entité d'ADR agit donc comme un audit de qualité supplémentaire qui révèle les attentes des consommateurs et les problèmes structurels éventuels.

Néanmoins, le Service de Médiation pour le Consommateur relève différentes possibilités d'optimiser davantage le paysage des ADR. Nous les décrierons en 6 recommandations :

- 1) L'organisation sectorielle est une base solide mais seulement si l'entité de règlement des litiges couvre tout le secteur. Cela signifie, en premier lieu, que le service de règlement des litiges devrait être compétent pour toute entreprise active dans ce secteur. Deuxièmement, l'entité doit pouvoir ouvrir un dossier pour chaque produit ou service fourni dans le secteur. Actuellement, ce n'est pas le cas pour toutes les entités sectorielles, ce qui entraîne une confusion chez les consommateurs. Le rapport annuel le précise à l'aide de quelques exemples. **Le Service de Médiation pour le Consommateur plaide donc pour que chaque service de règlement extrajudiciaire des litiges soit organisé sur une base sectorielle.**
- 2) Les entités sont aujourd'hui très hétérogènes dans leurs procédures. Il existe par exemple des différences en termes d'accessibilité : gratuit ou payant pour le consommateur, en ce qui concerne le résultat de la médiation : contraignant ou non contraignant, en ce qui concerne la participation ou non de l'entreprise à la médiation, etc. **Cette hétérogénéité procédurale entre les entités mérite au moins un débat approfondi.**



- 3) En outre, les médiateurs des secteurs réglementés occupent une place spécifique dans ce paysage. Ils sont traditionnellement nés de la volonté du législateur de soutenir le consommateur/citoyen «plus faible» dans son litige avec une entreprise (publique). Même dans l'environnement désormais libéralisé, ces services de médiation continuent d'intervenir dans un secteur réglementé, car il s'agit de services de base. L'une de leurs tâches consiste à faire un rapport sur les problèmes structurels et leurs solutions. **Les recommandations structurelles formulées par un service de médiation apportent une valeur ajoutée au secteur et au citoyen.**
- 4) **Les entreprises et les consommateurs ont besoin d'une publicité supplémentaire sur l'existence du Service de Médiation pour le Consommateur** et des autres services de résolution extrajudiciaire des litiges. La promotion du Service de Médiation pour le Consommateur est donc certainement une priorité, tout comme la promotion des modes alternatifs de règlement des litiges dans tous les secteurs économiques. Le Service de Médiation pour le Consommateur est plus que disposé à coopérer avec les différents acteurs et en particulier avec le SPF Economie. Un paysage d'ADR accessible, impartial et indépendant est un atout important pour toutes les parties.
- 5) Le Service de Médiation pour le Consommateur est un point de contact auquel tout consommateur peut s'adresser pour toute demande de médiation. Sa mission consiste à transmettre la demande à l'entité compétente ou à intervenir comme médiateur. En conséquence, le Service de Médiation pour le Consommateur est aujourd'hui un guichet unique qui est à juste titre présenté comme une «bonne pratique» dans les contacts européens. Ainsi, le SMC s'adresse à tous les consommateurs qui ne savent pas vers qui se tourner. Par ailleurs, les statistiques nous apprennent qu'un service de règlement des litiges sectoriels bien connu inspire confiance aux consommateurs. Près de 90% des dossiers de médiation sont soumis par les consommateurs directement à la bonne entité sectorielle (chiffres pour l'année 2019 des 6 services de médiation pour les secteurs réglementés).

La complémentarité entre les entités sectorielles et le service de médiation résiduel fonctionne.

- 6) **Enfin, le Service de Médiation pour le Consommateur conseille de ne pas autoriser la concurrence entre les entités qualifiées.** Pour un consommateur (et une entreprise), le paysage de l'ADR devient très confus lorsque différentes entités peuvent traiter le même litige. Comme mentionné ci-dessus, le principe «un litige - un service de règlement des litiges» est un point très fort du système belge actuel, un avantage qui nous distingue de nos pays voisins.

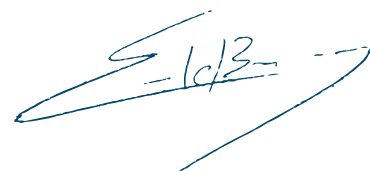
Outre la médiation dans les litiges résiduels, le Service de Médiation pour le Consommateur a deux autres missions principales. D'une part, l'information des consommateurs et des entreprises sur leurs droits et obligations et, en particulier, sur la possibilité de règlement extrajudiciaire des litiges. D'autre part, il est un point d'accès pour tous les litiges de consommation et veille à ce que la demande de médiation parvienne au bon service.

Le Service de Médiation pour le Consommateur n'est donc pas seulement la pierre angulaire du paysage des ADR, mais aussi la vitrine. Les chiffres ainsi que l'analyse fournis dans ce rapport annuel 2019 vous donneront une image plus précise de son fonctionnement et de ses résultats.

Le Service de Médiation pour le Consommateur vous souhaite beaucoup de plaisir à la lecture et se réjouit des discussions intéressantes sur la manière de renforcer encore le paysage des ADR !



Katelijne Exelmans
Présidente
du Comité de direction



Laurent de Bary
Vice-présidente
du Comité de direction



L'ÉQUIPE



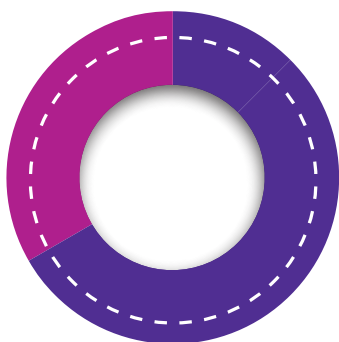
CHIFFRES CLÉS

8653

dossiers traités en 2019

Dossiers en français

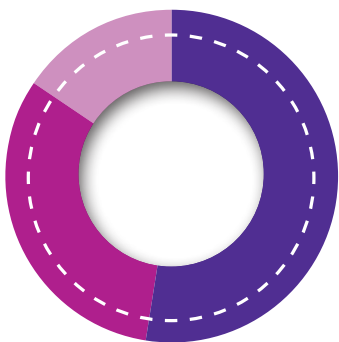
34%



66%
Dossiers
en néerlandais

Demandes d'informations

15%



Autres
dossiers
32%

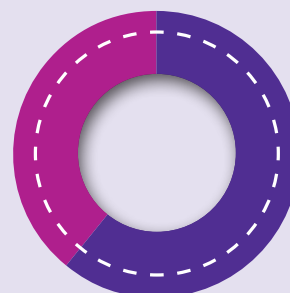
53%
Dossiers
résiduaire

4544

dossiers résiduaire

Dossiers irrecevables

39%



61%
Dossiers
recevables

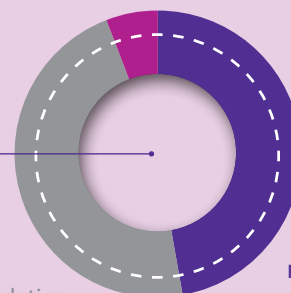
Motifs d'irrecevabilité	TOTAL
Plainte anonyme	29
SMC uniquement en copie	252
Pas de litige de consommation résiduaire	144
Faillite de l'entreprise	199
Plainte incomplète	1070
Plainte vexatoire	0
A déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire	40
Plainte infondée	8
Plainte dont les faits datent de plus d'un an	8
Le dossier a déjà été traité par une entité qualifiée	20
Total	1770

2854

dossiers résiduaire clôturés

Plainte interrompue

6%



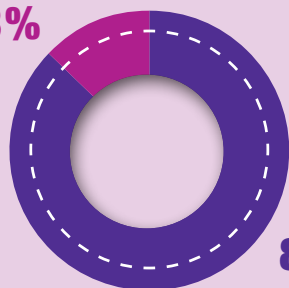
47%
Recommandation

47%
Règlement à
l'amiable

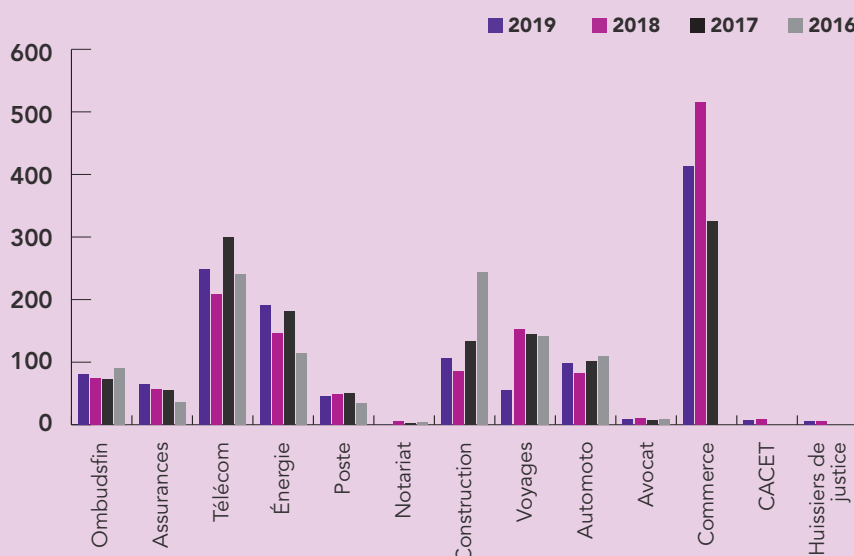
2779

autres dossiers

Hors compétence

13%**87%**

Transférés



Top 10

catégories

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Produit non livré/non fourni	747
2	Garantie légale non attribuée	534
3	Défaut, 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 (acomptes, tranches, etc.)	161
10	Délai de rétractation/ Délai de réflexion	124

Top 10

secteurs

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





LE GESTIONNAIRE
DE DOSSIERS ÉCOUTE
LES DEUX PARTIES ET TENTE
DE LES CONCILIER.

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, soit tout litige survenant entre un consommateur et une entreprise et relatif à l'exécution d'un contrat de vente ou de service ou à l'utilisation d'un produit. Le SMC veille à se contenter de fournir des informations et à ne pas émettre de conseils. Prodiger 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 2019, 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.

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

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

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

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

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.

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 COD peut s'appuyer sur les traités internationaux, les directives ou règlements européens, 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 et dans la mesure où ces principes passent le test juridique.

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 2019

3.1.1 Budget des recettes 2019

Pour 2019, le financement estimé du budget s'élevait à 861 795 € et comprenait les volets suivants :

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

3.1.2 Budget des dépenses 2019

Le budget des dépenses en 2019 était de 861 795 €, réparti comme suit :

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

3.2 PERSONNEL

Au 01/03/2020, le personnel du Service de Médiation pour le Consommateur est composé comme suit :

- 1 manager opérationnel
- 1 manager administratif
- 1 SPOC TIC
- 6 gestionnaires de dossier
- 2 collaborateurs administratifs





4

STATISTIQUES

LE SERVICE DE MÉDIATION
POUR LE CONSOMMATEUR A REÇU
8 653 NOUVEAUX DOSSIERS EN 2019.
1343 RÈGLEMENTS À L'AMIABLE ONT
ÉGALEMENT ÉTÉ CONCLUS.

4.1 NOUVEAUX DOSSIERS

4.1.1 Nombre total de dossiers introduits en 2019

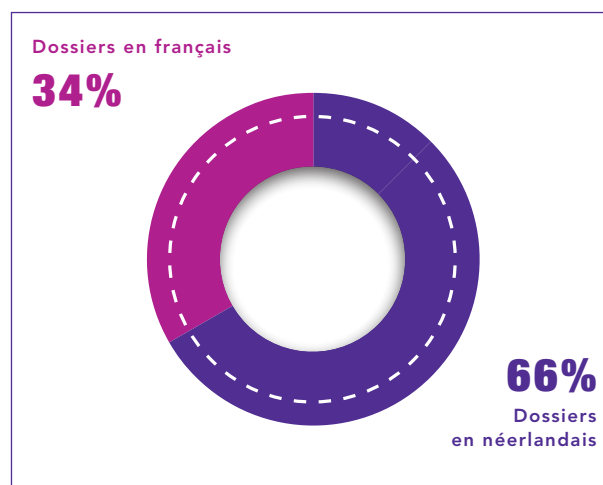
a. Statistiques

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

b. Commentaire

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 8 653 dossiers en 2019. Une répartition linguistique montre que 5723 dossiers (66 %) en néerlandais ont été enregistrés contre 2930 (34 %) en français. L'augmentation du nombre de dossiers franco-phones par rapport aux dossiers néerlandophones est notable. En 2018, le rapport était de 71 % contre 29 %. Une large minorité des dossiers a été introduite en allemand ou en anglais. Les dossiers en allemand ont été traités par les gestionnaires de dossiers franco-phones et sont donc repris dans cette statistique. Les dossiers en anglais ont quant à eux été traités par les gestionnaires de dossiers néerlandophones ; ils sont repris dans les statistiques de ce groupe linguistique.

Le nombre total de dossiers traités a de nouveau connu une légère diminution par rapport à l'année civile précédente. En 2018, 9018 dossiers avaient été traités. Soit une différence de 365 dossiers. Cette diminution ne se traduit toutefois pas par une baisse de travail pour le SMC. Ci-après, il apparaît que le SMC a reçu un plus grand nombre de dossiers recevables en 2019 (cf. point 5.3.1).



c. Répartition

	2019	2018	2017	2016
Dossiers résiduaire	4544	4890	5053	4342
Autres dossiers	2779	3013	3677	2763
Demandes d'informations par écrit	1330	1115	844	174

d. Commentaire

Plus de la moitié des dossiers reçus relèvent de la compétence résiduaire du Service de Médiation pour le Consommateur. Ils ne peuvent donc pas être transférés vers une autre entité qualifiée. Presque un tiers des dossiers reçus sont des plaintes ne relevant pas de la compétence résiduaire du SMC. Ces dossiers font l'objet d'un transfert s'il existe une entité qualifiée compétente pour leur prise en charge. Enfin, le SMC a répondu à 1 330 demandes d'informations par écrit.

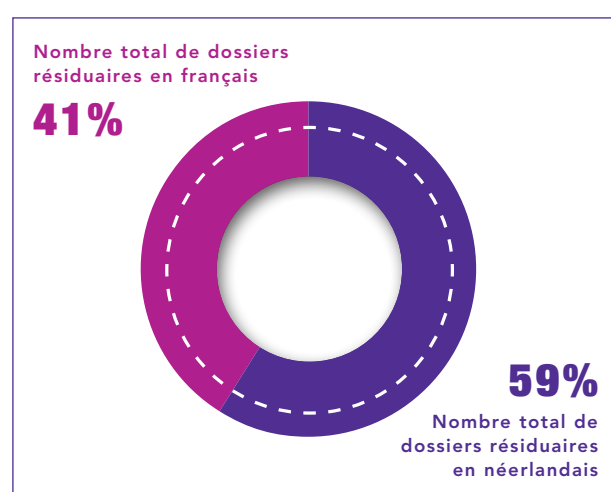
8653

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 8653 dossiers en 2019.

4.1.2 Nombre total de dossiers résiduaire introduits en 2019

a. Statistiques

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



b. Commentaire

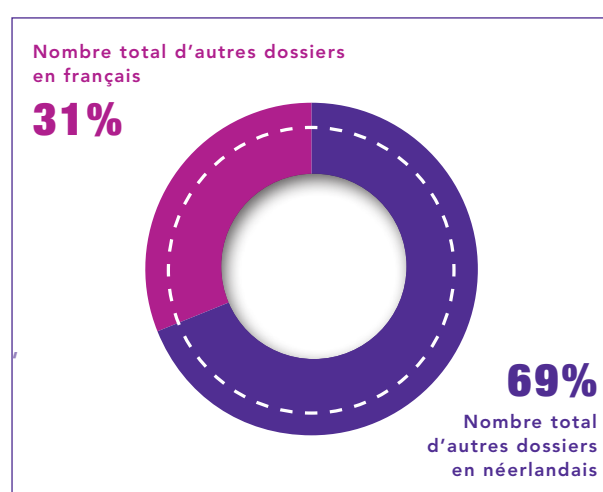
Les dossier résiduaire sont des litiges entre un consommateur et une entreprise belge concernant l'exécution d'un contrat de vente ou de service ou l'utilisation d'un produit, et ne relèvent pas de la compétence d'une autre entité qualifiée. 59 % des dossier résiduaire ont été introduits en néerlandais, 41 % en français. Nous notons à nouveau un glissement : en 2018, le rapport était de 70-30.

En moyenne, 379 dossier résiduaire ont été introduits par mois en 2019, soit une légère diminution par rapport à l'année précédente lors de laquelle le SMC a enregistré en moyenne 408 dossier résiduaire par mois.

4.1.3 Nombre total de dossier ne ressortissant pas au SMC

a. Statistiques

Autre dossier	2019	2018	2017	2016
NL	1923	2135	2516	2000
FR	856	878	1161	763
Total	2779	3013	3677	2763



b. Commentaire

En 2019, le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 2 779 dossier qui ne relevaient pas de sa compétence. Il s'agit de dossier qui relevaient de la compétence exclusive d'une autre entité qualifiée. Quelque 69 % des dossier étaient introduits en néerlandais, contre 31 % en français.

Nous notons à nouveau une diminution par rapport à 2017 et 2018. Nous nous réjouissons que les consommateurs aient facilement trouvé l'entité qualifiée compétente, sans avoir à passer par le Service de Médiation pour le Consommateur.

4.1.4 Nombre total de demandes d'informations traitées

a. Statistiques

Demandes d'informations par écrit	2019	2018	2017	2016
NL	1102	833	733	104
FR	228	282	111	70
Total	1330	1115	844	174

b. Commentaire

Le SMC a répondu à 1 330 demandes d'informations par écrit. Le nombre de questions d'informations posées en néerlandais, et auxquelles le SMC a répondu, est notablement plus élevé. Nous notons en revanche que nous avons proportionnellement reçu plus de demandes d'information par téléphone en français. Sur les 3314 appels téléphoniques reçus, 1497 l'étaient en français et 1 817 en néerlandais. Soit un rapport de 45-55.

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. Fournir des informations ciblées et de qualité contribue à surveiller ou rétablir l'équilibre dans les relations commerciales ou contractuelles entre le consommateur et l'entreprise, et en particulier sur les droits et obligations des consommateurs. La majorité de ces appels concernait des demandes d'informations.

Plus de **98%**
des dossiers sont parvenus
au SMC en 2019 via un
canal numérique.

4.2 MOYEN DE COMMUNICATION

a. Statistiques

Moyen de communication	2019	2018	2017	2016
Courrier	141	172	196	137
E-mail	2848	2607	2403	1551
Fax	5	8	13	39
Site Web	3476	4216	3217	2096
Belmed ³	256	75	44	50
Visite	23	29	29	39
SPF Économie	1904	1907	3661	3193
Online Dispute Resolution ⁴	-	4	11	-
Total	8653	9018	9574	7105

b. Commentaire

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

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

3 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/>

4 ODR est l'abréviation de Online Dispute Résolution. Il s'agit d'une plate-forme 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/>.



également via Belmed. La voie numérique reste l'option la plus utilisée. Plus de 98 % des dossiers nous parviennent par ce canal.

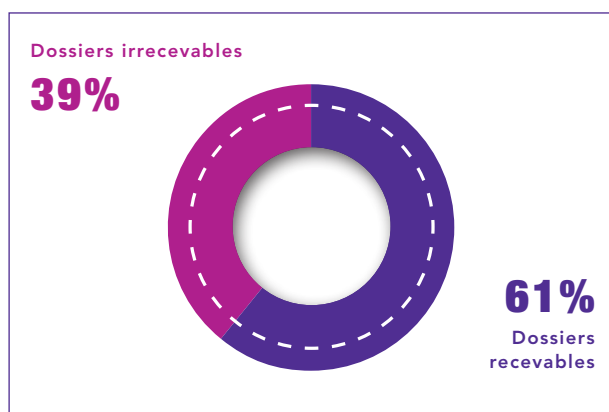
Les canaux de communication traditionnels ont de plus en plus perdu du terrain, tant le courrier et le fax que les visites en personne sont en recul constant. Les dossiers qui nous parviennent via la plateforme Belmed du SPF Économie ont enregistré une nette augmentation. La mise en valeur de la plateforme y aura indubitablement contribué.

4.3 DOSSIERS RÉSIDUAIRES

4.3.1 Dossiers recevables versus dossiers irrecevables

a. Statistiques

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



b. Commentaire

Sur les 4544 dossiers résiduels reçus par la COD en 2019, 39% étaient irrecevables. Il s'agit d'une diminution par rapport aux années précédentes où respectivement 60% (2018) et 49% (2017) des dossiers restaient irrecevables.

En 2019, le Service de Médiation pour le Consommateur s'était fixé pour objectif de mieux comprendre ces statistiques. En collaboration avec la KUL et l'Erasmus Universiteit de Rotterdam, une enquête en ligne a été menée auprès des consommateurs qui avaient introduit un dossier auprès du Service de Médiation pour le Consommateur mais qui avaient ensuite manqué de le compléter, obligeant de la sorte le SMC à clôturer le dossier car irrecevable.

Les résultats de l'enquête sont disponibles ici : <https://www.law.kuleuven.be/pub/nl/bestanden/fr-enquete-juillet-2019-final.pdf>

À la suite des constatations du rapport, le Service de Médiation pour le Consommateur a adopté une approche plus directe et personnelle, nous appelons désormais les consommateurs afin d'examiner ensemble comment et dans quelle mesure le dossier peut être complété. Cette approche requiert des efforts de travail considérables mais elle ravit les consommateurs et se traduit dans les statistiques également. Nous notons une réduction du nombre de dossiers incomplets et, partant, irrecevables.

La ventilation selon les motifs d'irrecevabilité se trouve dans les statistiques suivantes.

4.3.2 Motifs d'irrecevabilité

a. Statistiques

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

b. Commentaire

Le principal motif d'irrecevabilité des dossiers est lié au fait qu'ils sont et restent incomplets, ce qui ressort malheureusement également de la nouvelle approche largement éprouvée (cf. ci-dessus). Le SMC poursuivra malgré tous ses efforts pour une approche personnelle et empathique, qui sera officialisée dans le courant de l'année 2020 via un nouveau règlement de procédure.

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

Grâce à cette nouvelle approche adoptée à la suite des résultats de l'étude susmentionnée, il ressort également plus souvent qu'il ne s'agit pas d'un litige B2C mais plutôt par exemple d'un litige C2C ou B2B.

Nous avons alors redirigé ces consommateurs par téléphone vers les entités concernées.

Ensuite, nous notons que le Service de Médiation pour le Consommateur est souvent mis en copie de courriels que les consommateurs adressent aux entreprises. Les consommateurs utilisent manifestement le SMC comme moyen de pression. Il ne s'agit pas là de notre mission, cet état de fait est plutôt à éviter. Les consommateurs qui usent de cette tactique reçoivent un courrier les informant que nous n'allons pas accepter leur dossier comme recevable mais que nous sommes toutefois disposés à le faire, s'ils n'obtiennent pas gain de cause auprès de l'entreprise.

Enfin, nous remarquons que de plus en plus de dossiers doivent être déclarés irrecevables en raison de la faillite de l'entreprise concernée. Les consommateurs sont alors informés de la procédure à suivre et nous leur transmettons d'emblée les coordonnées exactes du curateur.

4.4. DOSSIERS

4.4.1 Généralités

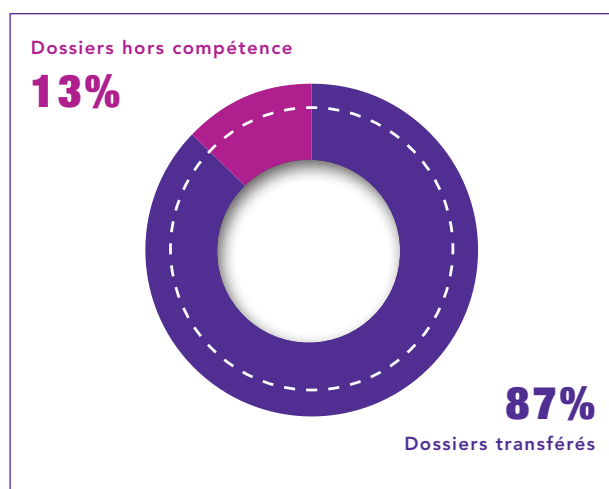
a. Statistiques

	2019	2018	2017	2016
Transférés	2422	2660	3319	2374
Hors compétence	357	353	358	389
Total	2779	3013	3677	2763

b. Commentaire

Nous tentons tant bien que mal d'aider tous les consommateurs qui nous contactent. La première évaluation d'un dossier que nous réalisons est celle de la compétence. Si un dossier appartient à la compétence d'une autre entité qualifiée, nous le lui transmettons immédiatement. Les dossiers qui n'appartiennent à aucune compétence (des litiges B2B ou C2C impliquant une entreprise installée en dehors de l'Espace économique européen) ne peuvent être traités. Nous tentons d'aider au mieux le consommateur à l'aide d'une lettre d'informations.

Dans le premier cas, le dossier du consommateur est donc transféré. Les prochaines statistiques vous indiquent vers quels services ces dossiers ont été transférés.

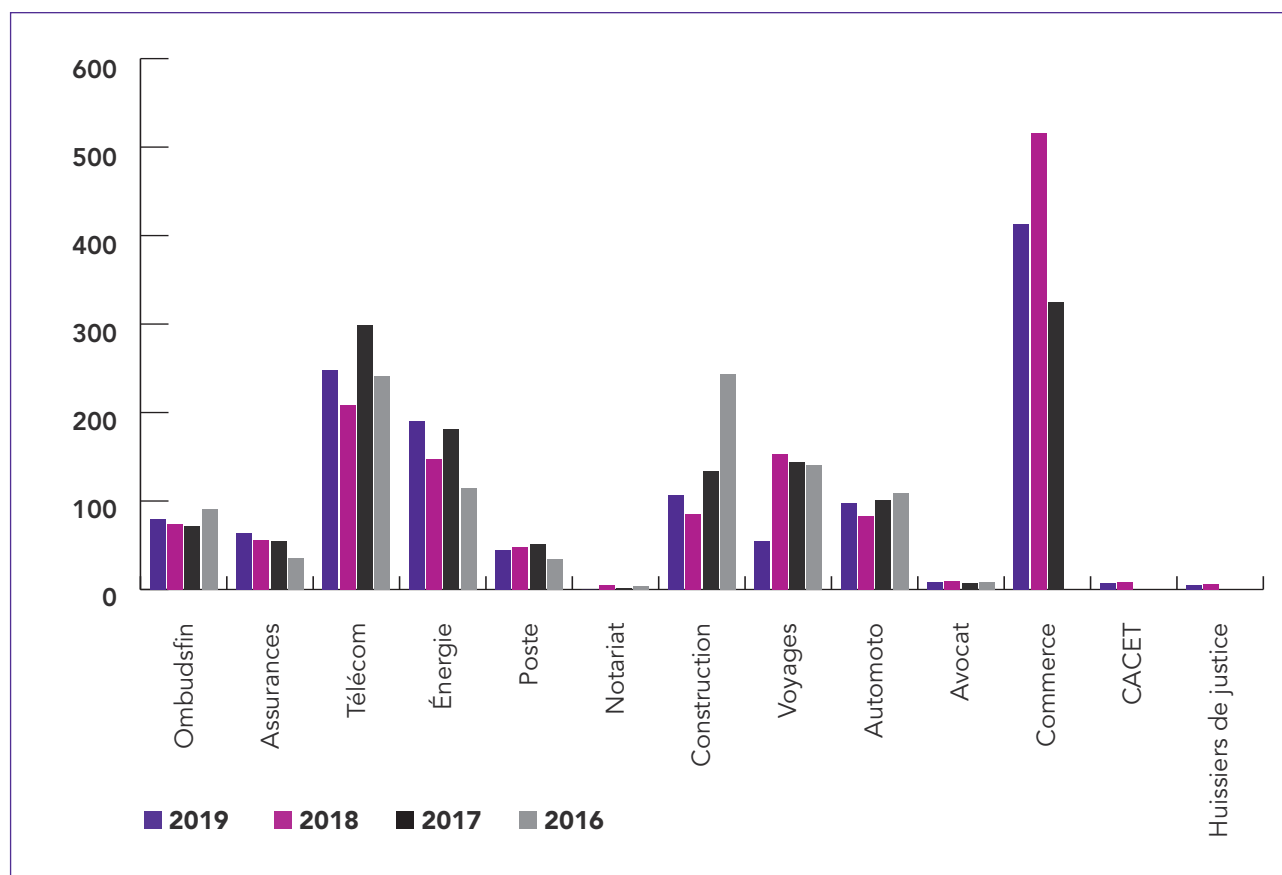


4.4.2 Dossiers transférés

a. Statistiques

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

b. Histogramme



b. Commentaire

Les dossiers pour lesquels une autre entité qualifiée est exclusivement compétente en la matière sont immédiatement transférés. Les entités reconnues par le SPF Économie qui traitent le plus de dossiers sont l'Ombudsman du Commerce (413 dossiers), le Service de Médiation pour les télécommunications (248 dossiers) et le Service de Médiation pour l'énergie (191 dossiers). La diminution du nombre de dossiers transférés à la Commission de litiges voyages (de 153 à 55 dossiers) est frappante. Dans ce contexte, il convient de noter que le SMC a reçu très peu de demandes concernant la faillite de Thomas Cook. La communication réalisée par et au sujet du Fonds de Garantie Voyages s'est visiblement très bien déroulée.

Quelques entités qualifiées sont mentionnées dans le diagramme en bâtons. Toutefois, le Service de Médiation pour le Consommateur renvoie également vers d'autres entités. Tout comme les Médiateurs fédéral, wallon et flamand, le CEC n'est pas une entité qualifiée. D'un point de vue technique, les dossiers que le SMC transmet à ces services sont des dossiers qui ne relèvent pas des compétences des entités qualifiées. Pour offrir un service optimal au consommateur, ces dossiers sont quand même transférés.

413

dossiers ont été transférés à
l'Ombudsman du Commerce

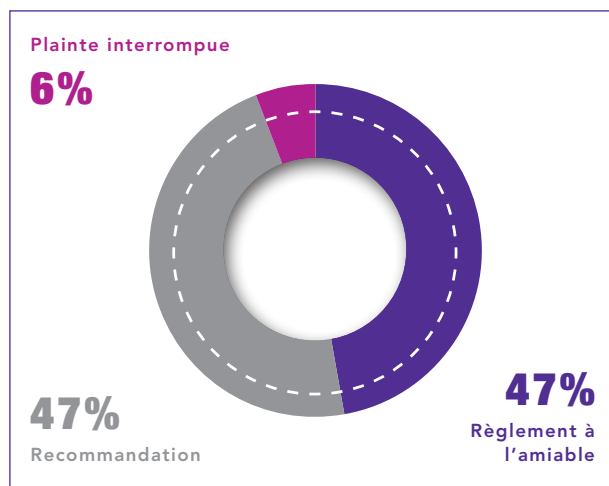
4.5 DOSSIERS RÉSIDUAIRES CLÔTURÉS

4.5.1 Généralités

a. Statistiques

	Total 2019	% 2019	% 2018	% 2017	% 2016
Règlement à l'amiable	1343	47 %	55 %	48 %	50 %
Recommandation	1338	47 %	33 %	22 %	37 %
Plainte interrompue	173	6 %	12 %	30 %	13 %
Total	2854	100 %	100 %	100 %	100 %

b. Diagramme



c. Commentaire

En 2019, le SMC a pu clôturer 2 854 dossiers résiduaire recevables. **Dans 47 % des cas, un règlement à l'amiable a pu être atteint.** Dans 1338 dossiers, aucune solution n'a pu être trouvée au litige et une recommandation a été émise. Les recommandations peuvent être aussi bien neutres, qu'à l'avantage d'une des parties. Enfin, 173 dossiers ont été interrompus par le consommateur au cours de la procédure.

47%

Dans 47 % des cas, un règlement à l'amiable a pu être atteint

4.5.2 Réaction de l'entreprise à une recommandation

a. Statistiques

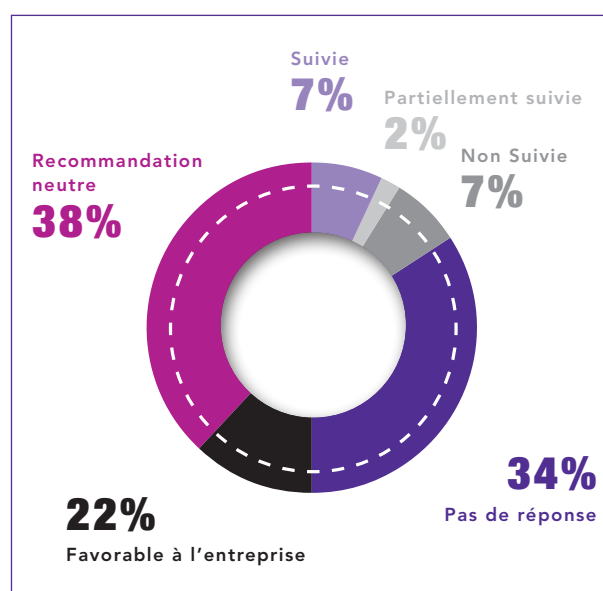
		2019	% 2019
Recommandation au profit du consommateur	Suivie	90	7
	Partiellement suivie	25	2
	Non Suivie	99	7
	Pas de réponse	449	34
Recommandation au profit de l'entreprise		161	12
Recommandation neutre		514	38
Total		1338	100

b. Commentaire

En 2019, le SMC a formulé 1 338 recommandations au total. Les recommandations sont formulées à l'issue de la procédure de médiation si aucun accord à l'amiable n'a pu être trouvé et représentent l'avis du SMC quant à la solution souhaitée. La majorité des recommandations (663 dossiers) ont été formulées au profit du consommateur. Nous attendons que les entreprises apportent une réponse motivée à ces recommandations, il s'agit d'ailleurs d'une obligation légale. Le non-respect de cette obligation légale entraîne des sanctions pénales, décrites dans le livre XV du Code de Droit économique.

De manière générale, nous notons que pour 449 dossiers, aucune réponse n'a été donnée à une recommandation favorable au consommateur. À l'instar des années précédentes, ce chiffre reste très élevé.

Enfin, le SMC a également formulé 161 recommandations au profit de l'entreprise et 514 recommandations neutres. Ces dernières recommandations proposent bien une solution, mais ne sont pas nécessairement à l'avantage d'une des parties.



34%

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

4.6 TOP SECTEURS 2019⁵

a. Statistiques⁶

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	1	Entretien et réparation du logement (marchandises et services)	759
2	2	Meubles et décoration	367
3	3	Biens TIC (technologie de l'information et de la communication)	280
4	4	Marchandises relatives à l'entretien et à la réparation du logement	275
5	7	Compagnies aériennes	265
6	9	Habillement et chaussures	257
7	5	Gros appareils électroménagers (aspirateurs et micro-ondes compris)	233
8	8	Électronique (non TIC ou récréatif)	182
9	6	Services en lien avec les sports et les loisirs	143
10	11	Entretien et réparation de véhicules et autres modes de transport	102

* N° dans l'histogramme

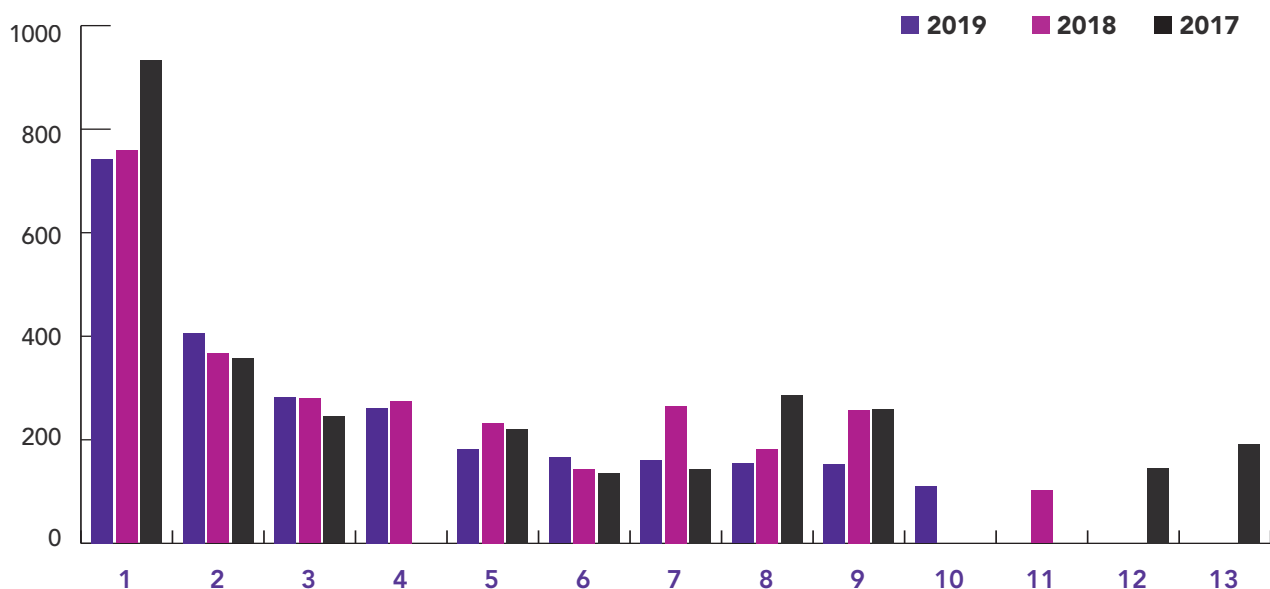
5 Le SMC utilise la répartition telle qu'elle est exprimée dans la recommandation de la Commission européenne du 12 mai 2010 relative à l'utilisation d'une méthode harmonisée pour classer les réclamations et demandes des consommateurs et communiquer les données y afférentes.

6 Les chiffres dans les points 5.6 et 5.7 sont basés sur les dossiers recevables et irrecevables

Top trois 2017

N°	*	SECTEUR	DOSSIERS
1	1	Entretien et réparation du logement (marchandises et services)	934
2	2	Meubles et décoration	357
3	8	Électronique (non TIC ou récréatif)	286
4	9	Habillement (y compris sur mesure) et chaussures	260
5	3	Biens TIC (technologie de l'information et de la communication)	245
6	5	Gros appareils électroménagers (aspirateurs et micro-ondes compris)	221
7	12	Autres biens et services	192
8	13	Voitures d'occasion	145
9	7	Compagnies aériennes	144
10	6	Services en lien avec les sports et les loisirs	136

* N° dans l'histogramme



b. Commentaire

C'est dans le secteur des services relatifs à l'entretien et à la réparation du logement que nous avons à nouveau enregistré le plus grand nombre de dossiers. Ce secteur comprend entre autres les services de plomberie, de maçonnerie, d'entretien de piscines, d'aménagement de jardins, de chauffage central, etc. Les dossiers relatifs à l'ameublement et à la décoration étaient également fréquents. Le top trois est complété par le secteur des marchandises TIC (ordinateurs portables, smartphones, etc.). Les services en lien avec les sports et les loisirs ont grimpé de quelques places en 2019. Il s'agit traditionnellement de litiges avec des centres de remise en forme.



4.7 TOP CATÉGORIES 2019

a. Statistiques

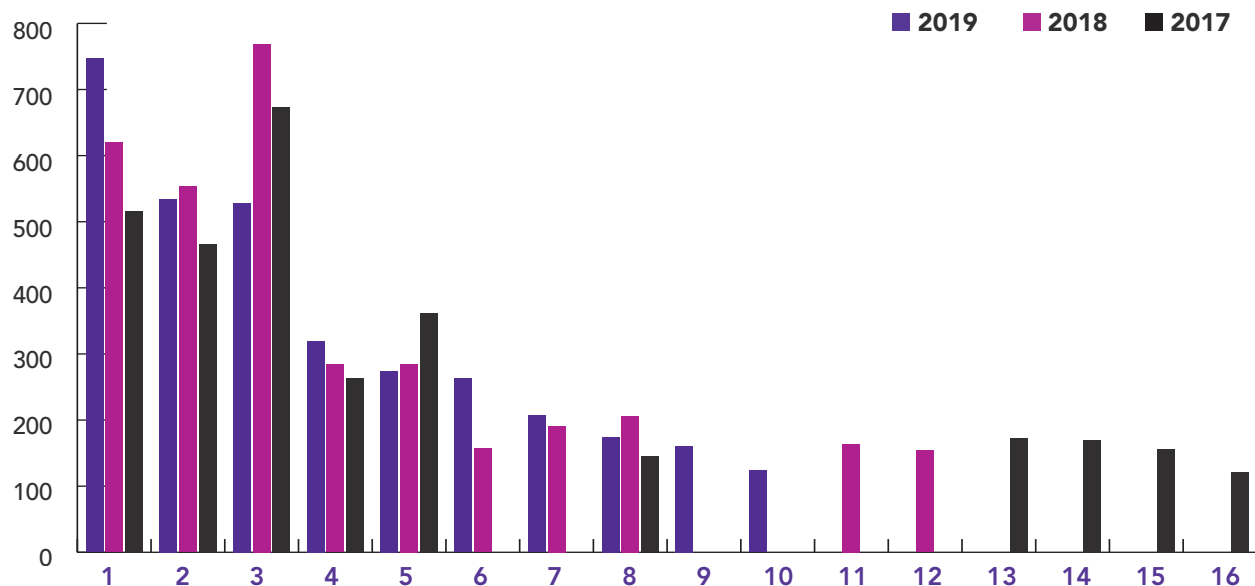
Top dix 2019

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Non livré/non fourni	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	3	Défauts, dommages causés	769
2	1	Non livré/non fourni	620
3	2	Garantie légale non attribuée	553
4	5	Ne satisfait pas à la commande	285
5	4	Facture injustifiée	284
6	8	Résiliation du contrat	206
7	7	Livré/fourni partiellement	191
8	11	Défaut d'information	164
9	6	Facture erronée	157
10	12	Changement de prix/tarif	154

* N° dans l' histogramme



Top dix 2017

N°	*	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	3	Défauts, dommages causés	673
2	1	Non livré/non fourni	516
3	2	Garantie légale non attribuée	466
4	5	Ne satisfait pas à la commande	362
5	4	Facture injustifiée	263
6	13	Publicité mensongère	172
7	14	Service clientèle	170
8	15	Livré/fourni partiellement	156
9	8	Résiliation du contrat	145
10	16	Retard	121

* N° dans l' histogramme

b. Commentaire

Dans le top trois, par rapport aux deux années précédentes, les catégories se disputent les places, mais les catégories de problèmes les plus récurrentes restent les litiges relatifs aux biens non livrés ou aux services non fournis (747 dossiers), suivis des litiges relatifs à la garantie légale (534 dossiers) et enfin les litiges relatifs aux défauts et dommages (528 dossiers).



4.8 TOP 10 ENTREPRISES

a. Statistiques

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

Top dix 2017

N°	ENTREPRISE	DOSSIERS
1	Vanden Borre	84
2	Tui Airlines Belgium	51
3	Brussels Airlines	48
4	Basic-Fit Belgium	41
5	Krëfel	41
6	Coolblue	37
7	MediaMarkt – Saturn Belgium	33
8	Caltexx	26
9	Groupon	25
10	Vivaboxes International	25

b. Commentaire

Cette statistique reprend à nouveau les entreprises à l'encontre desquelles le plus de dossiers ont été introduits en 2019. Il n'est pas vraiment surprenant de constater que des entreprises connues et de grande taille se retrouvent dans cette statistique. Plus une entreprise effectue de transactions, plus elle augmente le risque de litiges de consommation.

Les deux grandes compagnies aériennes belges ont remporté en 2018 les première et troisième place et se trouvent désormais respectivement à la première et septième place, mais le nombre de dossiers a toutefois diminué. La collaboration apportée par ces entreprises lors de nos tentatives de médiation s'est en outre améliorée.

Caltexx occupe la seconde place avec 85 dossiers. Cette entreprise, qui écoule des compléments alimentaires par téléphone aux consommateurs belges, fait son entrée dans le chapitre 'axes d'amélioration'.

Nous avons également reçu de nombreux dossiers à l'encontre de Comforium. Il s'agit d'une entreprise de commerce en ligne qui a accepté des commandes,

mais sans rien livrer. Il s'est avéré plus tard que cette entreprise avait fait faillite.

Le top dix est complété par Vivaqua, la compagnie des eaux de la Région de Bruxelles-Capitale. En l'absence d'une entité qualifiée pour les litiges relatifs aux compagnies des eaux, ces dossiers sont arrivés au Service de Médiation pour le Consommateur. Ce n'est pas le cas en Wallonie, ni en Flandre, où les dossiers à l'encontre des compagnies des eaux parviennent respectivement aux services de médiation wallon et flamand. Nous attendons donc un médiateur pour la Région de Bruxelles-Capitale qui s'occupera également des litiges concernant les compagnies des eaux.

4.9 DÉLAI MOYEN DE TRAITEMENT D'UN DOSSIER

Le délai moyen de traitement d'un dossier en 2019 était de 64 jours. Il s'agit là d'une nette augmentation par rapport à 2017 (36) et 2016 (38). L'augmentation du nombre de dossiers résiduels recevables et la nouvelle approche pour les dossiers incomplets, qui requiert beaucoup de travail, n'y sont pas étrangères.



5

PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES

LE CARACTÈRE RAISONNABLE
ET L'ÉQUITÉ SONT DEUX PRINCIPES
QUI PEUVENT AIDER À RÉSOUDRE
UN LITIGE.

5.1 SERVICES DE RÉPARATION

5.1.1 Exemples

6.1.1.1 Exemple 1

Un samedi, madame B. contacte par téléphone l'entreprise S. car elle a une fuite de gaz. Elle s'enquiert au préalable du prix et on l'informe que 90,00 € de frais de déplacement lui seront facturés, en plus du prix relatif au travail fourni. Finalement, madame B. règle un total de 721 € à l'entreprise. Madame B. conteste cette facture, car elle estime qu'elle n'a pas été informée qu'un surcoût de 120 € lui serait facturé pour un déplacement le week-end, ainsi que 470 € d'heures de main œuvre supplémentaires pour une présence de 15 minutes, tout au plus. L'entreprise justifie sa facture en arguant qu'il s'agissait d'un service d'urgence. L'entreprise a communiqué qu'il incombe au consommateur de s'informer des tarifs appliqués avant de contacter un service d'urgence.

Le Service de Médiation pour le Consommateur a été contacté, mais n'est pas parvenu à obtenir un règlement à l'amiable. Dans une recommandation, l'importance et l'obligation de la transmission de dispositions précontractuelles claires et compréhensibles ont été rappelées avec force et vigueur. Un simple renvoi vers les conditions générales qui se trouvent sur le site Web de l'entreprise n'est à nos yeux pas suffisant. Si des accords sont conclus par téléphone, ces derniers doivent être d'une clarté irréprochable. Le Service de Médiation pour le Consommateur comprend que le prix global ne peut pas être estimé à l'avance, mais il estime au final que les prix sont clairement excessifs.

6.1.1.2 Exemple 2

Monsieur L. appelle l'entreprise H. pour faire réparer son radiateur. L'entreprise lui communique que l'intervention lui coûtera 150 €. Sur place, l'entreprise constate que l'intervention ne coûtera finalement pas 150 €, mais 325 €. Le consommateur marque son accord mais, à l'issue de l'intervention, il constate que le radiateur fuit toujours. Une nouvelle intervention est planifiée, mais l'entreprise ne s'est jamais présentée et ne réagit plus aux tentatives de contact. L'entreprise n'était pas disposée à apporter sa coopération à la tentative de médiation du Service de Médiation pour le Consommateur car pour elle,

aucune faute ne pouvait lui être imputée. Monsieur L. se retrouvait donc avec un radiateur qui fuyait et un trou dans son portefeuille.

Le SMC est d'avis que l'entreprise a un devoir de résultat. Le plombier en question devait donc veiller à réparer le radiateur. Dans le cas contraire, il ne doit pas facturer le moindre frais, ou alors des frais minimes, à moins qu'il ne puisse démontrer qu'il existe une cause étrangère. Plus la tâche est technique, plus nombreux sont les facteurs pouvant mener à une impossibilité de retenir une obligation de résultat. À cet égard, la qualification d'obligation de résultat doit donc être nuancée.

Étant donné que l'entreprise a refusé de coopérer, la qualification d'obligation de résultat a bien été retenue par le SMC et une recommandation a été formulée invitant soit à réparer le radiateur, soit à rembourser le montant versé.

6.1.1.3 Exemple 3

Monsieur J. contacte l'entreprise J. par téléphone pour une réparation urgente. L'entreprise se profilait en ligne comme une société de plomberie solide et fiable de la région. En réalité, il s'est avéré qu'il s'agissait de l'entreprise E., tout sauf une société locale. Sans que le client ne se voit présenter un devis gratuit, une note de 600 € lui est présentée après une brève intervention de 30 minutes. Monsieur J. prétend avoir dû signer le bon sous pression, et avoir procédé au paiement par carte bancaire. Il a ensuite contesté ces pratiques et a demandé un remboursement (partiel), ce que l'entreprise a refusé.

Comme l'entreprise E. n'a pas souhaité coopérer à la procédure, le SMC n'a eu d'autre choix que de clôturer ce dossier par une recommandation selon laquelle l'entreprise E. avait commis plusieurs infractions à la législation économique (pratiques commerciales agressives et trompeuses, absence d'informations précontractuelles, facturation illicite) et qu'un remboursement était dès lors à l'ordre du jour.

5.1.2 Commentaire

Les principaux litiges de cette catégorie portent sur des prix prohibitifs pour des interventions (urgentes) et sur l'absence d'informations précontractuelles.



Les consommateurs sont ainsi confrontés à des notes salées et inattendues, bien souvent pour des travaux mal réalisés, malheureusement. Même si les entreprises peuvent fixer librement leurs prix, le Service de Médiation pour le Consommateur est d'avis, conformément à l'arrêté-loi de 1946 renforçant le contrôle des prix, que les prix ne peuvent pas être exagérés et donner lieu à des bénéfices anormaux.

Les entreprises refusent souvent de collaborer. Le SMC dispose alors uniquement de la version des faits telle que la lui fournit le consommateur. Le SMC peut dès lors difficilement procéder à un examen approfondi du dossier et trouver un accord à l'amiable. Même si l'entreprise réagit à notre intervention, il s'avère qu'une médiation constructive soit souvent impossible. Les entreprises renvoient en effet souvent au fait que le client a signé pour accord le devis et/ou le bon de commande après l'intervention, ou la médiation se solde par un désaccord entre les parties sur des questions techniques.

5.1.3 Axes d'amélioration

Le SMC constate qu'un manque d'informations précontractuelles et d'informations préalables sérieuses constitue souvent la base du litige. Le contrat est souvent conclu par téléphone, sans qu'un devis ne soit transmis au préalable au consommateur. Comme ces interventions sont souvent urgentes pour le consommateur, il se retrouve dans l'obligation de marquer son accord par téléphone. La plupart des consommateurs ne sont également pas au courant des tarifs majorés en vigueur le week-end, ou leur attention n'est pas suffisamment attirée sur ce point.

En outre, les consommateurs ont également tendance à sous-estimer la nature du problème ainsi que les efforts nécessaires en termes de temps et de matériel requis pour remédier au problème, avec pour conséquence une facture élevée. Le remède incombe aux différentes parties. D'une part, le consommateur doit indiquer clairement quel est le problème, quelle solution il attend et ce qu'il pense devoir déboursier pour cela. Ensuite, l'entreprise doit communiquer de manière très claire et transparente quant aux prix pratiqués et ce, tant en ce qui concerne les frais de déplacement, que le taux horaire et les éventuels surcoûts pour l'utilisation de matériel spécialisé.

Les autorités doivent également mieux informer les parties de l'importance de ces accords précontractuels et des dangers d'accords rapides, conclus par téléphone. Elles pourraient également rappeler l'importance de factures détaillées et attirer l'attention sur les différentes pratiques commerciales malhonnêtes par le biais d'une campagne d'informations.

Enfin, il convient de réagir plus sévèrement aux services de réparation d'urgence malhonnêtes et indécents.

5.2 COMPAGNIES AÉRIENNES

5.2.1 Exemples

5.2.1.1 Exemple 1

Le 21/09/2019, le vol de Monsieur K. de Tanger à Charleroi arrive à destination avec 3h20 de retard selon l'attestation de retard délivrée par l'équipe présente à l'aéroport. Monsieur K. introduit donc une demande d'indemnisation sur la base de l'article 7 du Règlement européen CE n°261/2004. En effet, la Cour de Justice de l'Union Européenne a considéré dans son arrêt *Sturgeon* que les passagers de vols retardés pouvaient bénéficier d'une indemnisation forfaitaire au même titre que les passagers de vols annulés lorsque le vol en question est arrivé à destination avec 3 heures de retard ou plus.

Cependant, la compagnie aérienne refuse d'indemniser les passagers car elle estime ne pas être tenue par les délais fournis par l'aéroport. Selon la compagnie, seule l'heure d'arrivée indiquée sur le billet d'avion et l'heure enregistrée dans l'avion au moment du blocage des roues doivent être prises en considération. La compagnie en conclut donc que le retard est inférieur à 3h et qu'aucune indemnisation n'est due.

La CJUE a considéré dans un autre arrêt que l'heure d'arrivée effective d'un vol correspond au moment où au moins une porte de l'avion s'ouvre laissant ainsi la possibilité aux passagers de quitter l'appareil. La position de la compagnie aérienne dans ce dossier est donc contraire à la jurisprudence européenne. Cependant, étant donné que l'heure d'ouverture de

la porte était inconnue, le SMC n'a pas pu prendre position en faveur du consommateur dans le dossier et a rédigé une recommandation neutre.

5.2.1.2 Exemple 2

Monsieur A. devait se rendre à un séminaire à Hambourg. Arrivé à l'aéroport, il enregistre son bagage et le dépose sur le tapis avec l'étiquette délivrée lors de l'enregistrement. Cependant, une fois arrivé à Hambourg, Monsieur A. ne retrouve pas son bagage. Il dépose immédiatement plainte auprès du desk et obtient un numéro de dossier. Face à cette situation, Monsieur A. est contraint d'acheter de nouveaux vêtements et des produits de première nécessité. Son bagage lui est finalement restitué 2h avant son retour vers la Belgique. Monsieur A. contacte la compagnie aérienne afin d'obtenir le remboursement des frais dépensés suite à cet incident mais elle décline toute responsabilité et le redirige vers l'aéroport car le retard dans l'acheminement des bagages serait dû à un dysfonctionnement du trieur de bagages.

Dans ce dossier, le SMC n'a reçu aucune collaboration de la part de la compagnie aérienne et a décidé de formuler une recommandation en faveur du consommateur. En effet, la Convention de Montréal prévoit que le transporteur est responsable du dommage résultant d'un retard dans le transport aérien de bagages ou de marchandises sauf s'il prouve que lui, ses préposés et mandataires ont pris toutes les mesures qui pouvaient raisonnablement s'imposer pour éviter le dommage, ou qu'il leur était impossible de les prendre. Encore faut-il en apporter la preuve.

Par conséquent, en l'absence de preuves concrètes, le SMC a clôturé le dossier et recommandé à la compagnie de procéder au remboursement de l'ensemble des dépenses pour lesquelles le consommateur disposait d'un justificatif.

5.2.1.3 Exemple 3

Monsieur R. avait réservé une semaine de vacances à Djerba en Tunisie. Le départ était prévu à 6h30 depuis l'aéroport. Arrivé sur place, Monsieur R. apprend que le vol a été dévié vers un autre aéroport à 10h00 sans aucune autre explication. Après plusieurs heures d'attente, l'avion finit par décoller à 20h43 soit 14h après l'heure de départ initiale. Suite à ce retard, Monsieur R. n'a pu profiter que de 6 jours sur place au

lieu de 7 comme prévu. La compagnie aérienne refuse d'indemniser les passagers et invoque une circonstance extraordinaire (grève des bagagistes).

En l'espèce, le SMC a considéré que le retard de plus de 14h ne pouvait être dû à une circonstance extraordinaire exonérant la compagnie de son obligation d'indemniser les passagers car la grève des bagagistes avait été annoncée publiquement 2 jours avant le départ de Monsieur R. laissant ainsi le temps à la compagnie de prendre toutes les mesures nécessaires pour éviter de tels désagréments aux passagers. Le Service de Médiation pour le Consommateur a donc également décidé d'émettre une recommandation à l'entreprise.

5.2.2 Commentaire

Tout comme l'année précédente, la plupart des litiges impliquant des compagnies aériennes concernent l'annulation ou le retard de vols et le retard dans la livraison de bagages. Ces problématiques doivent être interprétées à la lumière du Règlement européen 261/2004 combiné avec la jurisprudence de la Cour de Justice de l'Union Européenne en la matière.

Ce règlement européen prévoit une série de droits en faveur des passagers mais également une exception importante très utilisée dans la pratique par les compagnies aériennes. En effet, en plus du droit à une prise en charge, d'un droit à un remboursement du billet d'avion ou à un réacheminement, les passagers de vols annulés ou retardés ont également droit à une indemnisation dans certaines circonstances. Toutefois, le Règlement européen prévoit que cette indemnisation n'est pas due en cas de circonstances extraordinaires (conditions météorologiques, grèves, défaillances imprévues, etc.).

5.2.3 Axes d'amélioration

Les litiges relatifs à des circonstances extraordinaires sont les plus difficiles à concilier. En effet, le SMC constate que les compagnies aériennes se contentent trop souvent d'invoquer la force majeure sans apporter de preuves concrètes. Or, comme le prévoit le Règlement européen, le transporteur aérien doit être « en mesure de prouver que l'annulation est due à des circonstances extraordinaires qui n'auraient



pas pu être évitées même si toutes les mesures raisonnables avaient été prises. ». Le simple fait de faire allusion à un cas de force majeure n'est donc à notre sens pas suffisant pour être exonéré de l'obligation d'indemniser les passagers.

Nous attendons donc à l'avenir plus de transparence de la part des compagnies aériennes dans ce domaine.

Notons également qu'en 2019, la collaboration des compagnies aériennes à l'égard de la procédure de médiation du SMC s'est globalement améliorée. En effet, même si nous recevons souvent que des réponses brèves et concises, nous devons admettre que les compagnies aériennes sont de plus en plus enclines à nous transmettre leur position dans les dossiers des consommateurs et nous aspirons à ce que cela continue dans ce sens.

5.3 RUPTURE UNILATÉRALE D'UN CONTRAT

5.3.1 Exemples

5.3.1.1 Exemple 1

Madame Q. a conclu un contrat d'un an auprès d'une entreprise qui offre une palette de loisirs (sorties au restaurant, activités sportives et culturelles, etc.) à ses membres et a versé 380 € pour le premier trimestre. Après avoir participé à deux activités, la consommatrice n'était pas satisfaite de l'offre et a informé l'entreprise qu'elle ne souhaitait plus poursuivre.

L'entreprise a regretté la décision de la consommatrice, mais lui a rappelé qu'il s'agissait d'un abonnement annuel et que, par conséquent, le montant de 1140 € restait dû pour les trois autres trimestres. La consommatrice a estimé la demande de l'entreprise déraisonnable car elle n'avait participé qu'à deux activités et ne souhaitait plus en faire d'autres.

Le SMC a pris connaissance du contrat signé et des conditions générales qui ont, par conséquent, été acceptées par la consommatrice. Le SMC a informé la consommatrice qu'elle avait effectivement souscrit un contrat d'un an et était par conséquent redevable du montant portant sur les trois autres trimestres.

Le SMC a interrogé l'entreprise afin de s'enquérir d'une éventuelle disposition à considérer un geste commercial.

Finalement, un accord à l'amiable a pu être atteint car la consommatrice a accepté la proposition de solution de l'entreprise, à savoir le paiement de la moitié de la somme restante (soit 570 €).

5.3.1.2 Exemple 2

Monsieur K. a acheté un appareil électronique en ligne au prix avantageux de 199 €. Quelques jours après son achat, le consommateur reçoit un message de l'entreprise l'informant que l'action était déjà terminée et que la promotion postée sur le site l'était par erreur. En outre, le produit commandé n'était plus disponible. L'entreprise propose au consommateur un produit similaire, à un prix plus élevé toutefois, ou le remboursement du montant versé. Monsieur K. soutient toutefois que le magasin en ligne doit respecter l'accord et livrer la commande pour le prix payé.

Le SMC est intervenu dans ce dossier, en faisant d'une part preuve de compréhension pour le souhait du consommateur, mais en argumentant d'autre part qu'une entreprise pouvait commettre une erreur humaine. Le SMC a également souligné que l'entreprise avait proposé deux solutions raisonnables, à ses yeux. Le consommateur a finalement accepté la proposition de remboursement global et un accord à l'amiable a ainsi pu être atteint.

5.3.1.3 Exemple 3

Madame B. a conclu un contrat avec l'entreprise K. pour le placement de volets roulants, et a versé un acompte de 1000 €. L'entreprise ne s'est pas présentée à la date convenue pour le placement des volets. Depuis lors, la consommatrice est dans l'impossibilité de communiquer avec l'entreprise et de convenir d'une nouvelle date. L'entreprise n'était plus joignable par téléphone et ne réagissait plus aux courriels et aux courriers recommandés. Étant donné que, huit mois après avoir conclu le contrat, aucune solution ne se profilait à l'horizon et que la consommatrice n'avait plus confiance en l'entreprise, elle a décidé de résilier le contrat et d'obtenir un remboursement de l'acompte via le SMC.

Le SMC n'est pas parvenu à obtenir la collaboration de l'entreprise et s'est vu dans l'obligation de clôturer le dossier avec une recommandation non contraignante : attendu les communications et faits joints, le SMC n'a eu d'autre choix que de suivre le point de vue de la consommatrice et d'intimer l'entreprise à considérer le contrat comme résilié et à rembourser la consommatrice sans délai.

5.3.2 Commentaire

Le principe en vigueur ici veut que les contrats conclus valablement sont contraignants pour les parties qui l'ont conclu et qu'ils doivent être exécutés de bonne foi. Le non-respect ou la résiliation unilatérale du contrat par une des parties ne sont pas permis. Le SMC note que de nombreux litiges apparaissent car les consommateurs ne sont pas suffisamment conscients du caractère contraignant des contrats et du fait qu'une résiliation (gratuite) n'est justifiée que s'il peut être démontré que la partie adverse, dans ce cas-ci l'entreprise, reste en défaut et n'a pas respecté le contrat. Dans les rapports annuels précédents, nous avons à cet égard toujours référé à des litiges relatifs à des crèches ou des centres de remise en forme, mais il existe bien entendu pléthore d'exemples d'autres services et types de contacts. La revendication de rupture gracieuse de contrat est souvent déraisonnable et est fréquemment invoquée pour une raison subjective et personnelle, insuffisamment étayée par des faits objectifs.

Souvent, les litiges (en raison d'une ferme conviction d'être dans son bon droit et de pouvoir prétendre à une résiliation de contrat) sont déjà polarisés à un point tel qu'il est extrêmement difficile de trouver une issue positive pour ce genre de dossiers.

5.3.3 Axes d'amélioration

Il est indiqué de continuer à informer sur le caractère contraignant des contrats et sur le danger des résiliations unilatérales. Les consommateurs doivent également être clairement informés qu'une dissolution (gracieuse) d'un contrat (éventuellement accompagnée d'un dédommagement) constitue toujours la dernière étape d'un parcours de résolution de litige et que la prudence est donc de mise.

5.4 PROBLÈMES DE LIVRAISON

5.4.1 Exemples

5.4.1.1 Exemple 1

Monsieur L. a commandé deux GSM en ligne et a payé par carte de crédit. Ce consommateur reçoit peu de temps après sa commande un message du service clientèle l'informant qu'une erreur s'est produite lors de la commande. L'entreprise devait rectifier le problème immédiatement, mais le consommateur n'a finalement pas reçu sa commande. Il a tenté à maintes reprises de contacter l'entreprise mais celle-ci s'est avérée injoignable (le site Web n'était plus actif, le numéro de téléphone n'était plus attribué, etc.).

Le Service de Médiation pour le Consommateur a enjoint l'entreprise à rembourser la somme de la commande au consommateur. Il s'est avéré plus tard que l'entreprise avait fait faillite.

5.4.1.2 Exemple 2

Madame V. commande une garde-robe auprès de l'entreprise M. La livraison devait avoir lieu 8 à 9 semaines plus tard. Passé ce délai, la consommatrice n'avait toujours pas reçu sa marchandise, malgré ses divers contacts avec l'entreprise. L'entreprise prétendait avoir des problèmes de production et que le produit allait être livré dans six semaines. L'entreprise ne cessait toutefois de différer la livraison.

Dans le cas présent, il était clair que l'entreprise manquait à ses obligations de livrer les marchandises au moment convenu. Le SMC était d'avis que l'entreprise devait résilier le contrat sans frais et que la consommatrice avait droit à un remboursement immédiat.

5.4.1.3 Exemple 3

Madame P. de New York a acheté quelques lampes vintage en ligne auprès d'une entreprise belge. L'entreprise a envoyé les marchandises via le transporteur T. Selon ce transporteur, un paquet vide leur avait été livré au dépôt de Memphis (États-Unis). La consommatrice a pris plusieurs fois contact avec l'entreprise, mais celle-ci maintenait ne pas pouvoir être tenue responsable de la perte, du dommage ou du vol de marchandises.



Le transporteur T. a décidé de rembourser la valeur des marchandises à la consommatrice, hors frais d'expédition. Le SMC a renvoyé la consommatrice auprès du Service de Médiation pour le secteur postal afin de récupérer les frais d'envoi.

5.4.2 Commentaire

Le SMC constate que la même problématique revient communément, à savoir la non-livraison ou le retard de livraison de marchandises. Pour les dossiers de non-livraison, la grosse majorité des cas se solde par un accord à l'amiable, à notre grande satisfaction. Les autres dossiers sont souvent clôturés avec une recommandation en raison de l'absence de coopération des entreprises au cours de la médiation. Une tentative de médiation ne peut réussir que si les deux parties coopèrent de manière constructive à la procédure. Toutefois, si l'entreprise concernée est en faillite, la procédure de médiation s'arrête car la faillite est une procédure judiciaire. Les consommateurs sont ensuite invités à soumettre leurs réclamations au curateur désigné. Cela peut se faire via regsol.be.

5.4.3 Axes d'amélioration

Il est important que les entreprises respectent les délais de livraison convenus. La loi en la matière est très claire. À moins que les deux parties ne conviennent d'un autre délai, l'entreprise se doit de livrer les marchandises dans les trente jours. Si l'entreprise ne peut réaliser la livraison au moment convenu ou dans les trente jours, le consommateur doit enjoindre l'entreprise à une seule reprise de réaliser la livraison dans un délai complémentaire.

Si l'entreprise ne livre toujours pas la marchandise après ce délai supplémentaire, le consommateur a le droit de résilier le contrat. L'entreprise doit alors rembourser sans délai toutes les sommes perçues dans le cadre du contrat.

Lors de l'envoi de marchandises, le risque de transfert joue également un grand rôle. L'envoi de biens se fait au risque de l'entreprise, sauf si le transport a été réalisé par un transport choisi par le consommateur. Lorsque l'entreprise expédie les marchandises au consommateur, le risque de perte ou de dommage des marchandises est transféré au consommateur à

partir du moment où le celui-ci reçoit physiquement les biens ou à la livraison de la marchandise au transporteur qui n'était pas le transporteur sélectionné par l'entreprise.

5.5 ANIMAUX DOMESTIQUES

5.5.1 Exemples

5.5.1.1 Exemple 1

Monsieur V. achète un chiot à un éleveur reconnu. Peu de temps après, le vétérinaire du consommateur constate que le chiot doit subir une opération. Le consommateur demande alors à l'éleveur de rembourser la moitié du prix d'achat afin de couvrir les frais de vétérinaire. L'éleveur a marqué son accord et a remboursé la moitié du prix d'achat.

La loi sur la garantie stipule que le consommateur a droit à une réparation gratuite. Dans un premier temps, la réparation doit être proposée par le vendeur. Dans le cas présent, le vendeur a toutefois marqué son accord afin qu'un tiers exécute la réparation.

5.5.1.2 Exemple 2

Madame V. a eu des échanges de courriels pour l'achat d'un chiot. La consommatrice a confirmé son souhait d'acheter un chien et a versé un acompte. Quelques jours plus tard, elle a décidé de révoquer le contrat. L'entreprise a refusé de rembourser l'acompte.

Le droit de rétractation ne s'applique que lorsqu'il est question d'un contrat à distance. Pour ce faire, le contrat doit être conclu sans que les parties ne se rencontrent physiquement et il doit être question d'un système organisé de vente à distance. Dans le cas présent, il n'y a aucune preuve selon laquelle l'entreprise répondait à la dernière condition, si bien qu'il n'est question ni de vente à distance, ni de droit de rétractation. Le SMC était d'avis qu'il n'était cependant pas raisonnable de la part de l'entreprise de garder l'intégralité de l'acompte vu le bref laps de temps écoulé entre l'achat et la rétractation. Le Service de Médiation a dès lors proposé que la moitié de l'acompte soit remboursé.

5.5.2 Commentaire

Le principe stipule que le vendeur est responsable de la garantie légale, ce n'est que s'il est d'accord ou si le vendeur est dans l'impossibilité de procéder à la réparation, que le consommateur peut faire appel à un tiers pour récupérer les frais engendrés. Il convient ici d'apporter une remarque. De plus en plus souvent, nous constatons qu'une nuance à cette règle est acceptée. Lorsque la situation est urgente et exceptionnelle, le consommateur peut contacter un vétérinaire tiers pour son animal (domestique) afin de faire examiner le chiot et de réclamer les frais y afférents au vendeur. Selon le SMC, c'est tout à fait raisonnable. On ne ramène pas un chiot ou un chaton malade au beau milieu de la nuit le week-end chez le vendeur, qui vit peut-être à quelques heures de route, alors que l'animal a besoin de soins prodigués par un vétérinaire proche. La même exception est d'ailleurs également acceptée pour les véhicules (cf. infra).

5.5.3 Axes d'amélioration

À l'occasion du nouveau certificat de garantie, le Service de Médiation pour le Consommateur a reçu une série de questions et de dossiers concernant la garantie légale d'animaux domestiques et plus spécifiquement, le remboursement des frais vétérinaires.

En Flandre, les animaux domestiques sont soumis à un double régime légal, à savoir d'une part la législation fédérale sur la garantie et d'autre part, le certificat de garantie flamand. Dans ce certificat, que le vendeur a l'obligation de rédiger lors de la vente de chiens ou de chats, il est stipulé que les dispositions de la loi sur la garantie sont d'application. Les animaux domestiques sont dès lors considérés comme des 'biens mobiliers'. Les réactions portent toutefois sur la disposition selon laquelle l'acheteur conserve en toutes circonstances la liberté de choix du vétérinaire. Dans la loi sur la garantie, la liberté est en effet limitée dans le sens où le consommateur ne pourra pas recevoir de remboursement (total). La loi sur la garantie stipule effectivement que l'acheteur doit offrir au vendeur la possibilité de procéder à une réparation. Ce n'est que lorsque cette réparation n'est pas possible, ou que le vendeur néglige de le faire, que l'acheteur peut s'adresser à un tiers pour récupérer les frais.

Le SMC est d'avis que, avec le certificat de garantie, le consommateur peut avoir l'impression, à tort, qu'il sera toujours remboursé s'il consulte son propre vétérinaire.

Des initiatives législatives en vue de sortir les animaux domestiques de la définition des biens mobiliers auxquels la garantie légale s'applique, sont souhaitables et méritent une recommandation. Les animaux domestiques méritent d'avoir leur propre régime.

5.6 AUTOS

5.6.1 Exemples

5.6.1.1 Exemple 1

Le consommateur a acheté une voiture d'occasion auprès d'un garage professionnel pour un montant de 1450 €. Au moment de conclure le contrat, l'entreprise lui dit qu'il n'y a que l'embrayage qui ne fonctionne pas. L'entreprise établit ensuite la facture en néerlandais et la fait signer par le consommateur qui ne comprend pas le néerlandais.

Quand le consommateur amène la voiture au contrôle technique, le service du contrôle technique l'informe que c'est une voiture accidentée et qu'il y a plusieurs travaux à faire sur le véhicule afin de le remettre en ordre. Le consommateur se retourne donc vers le vendeur en lui demandant d'effectuer lesdits travaux, à l'exception de l'embrayage car il reconnaît avoir été informé que l'embrayage était défectueux, ou alors de le rembourser purement et simplement. L'entreprise ne donne aucune suite à sa requête malgré ses nombreuses relances par téléphone, sms, contact sur place.

Après l'intervention du Service de Médiation pour le Consommateur, l'entreprise a procédé au remboursement d'un montant de 1200 €. Elle a justifié ce montant par le fait que le consommateur et elle s'étaient mis d'accord qu'elle devait rembourser 1200 €. Le consommateur a immédiatement démenti cette position en disant qu'il a été obligé d'accepter le remboursement de 1200 € à cause de la pression exercée sur lui par l'entreprise dans ses locaux le jour où il a ramené ladite voiture.



Le Service de Médiation pour le Consommateur a recommandé à l'entreprise de rembourser les 250 € restants, ce que l'entreprise a accepté de faire.

5.6.1.2 Exemple 2

Le consommateur achète une voiture neuve le 10 mai 2017. Immédiatement après son achat, un problème apparaît : le témoin moteur s'allume et la voiture perd de la puissance. La voiture est rentrée au garage pour réparation sept fois au cours des 2 années qui ont suivi l'achat.

Après l'expiration de la période de deux ans de garantie légale, le problème a surgi. Le consommateur ramène de nouveau sa voiture au garage qui lui réclame un montant de 3180 € s'il veut la reprendre en l'état et environ 5000 € supplémentaires s'il souhaite que l'entreprise effectue les réparations.

Le consommateur soutient que le problème est clairement lié à un défaut de fabrication et comme il ne semble pas réparable, le remplacement de la voiture par une nouvelle aurait dû être effectué depuis longtemps. Il demande, au minimum, que la voiture soit réparée gratuitement et que, si ce problème survient encore à l'avenir, il en soit de même sans limite dans le temps.

Le Service de Médiation pour le Consommateur quant à lui rappelle ici que, après la période de deux ans de garantie légale, ce sont les règles relatives à la garantie pour vices cachés qui sont à nouveau applicables. Le vendeur est tenu de respecter la garantie relative aux défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine ou qui diminuent tellement cet usage, que l'acheteur ne l'aurait pas acquise, ou n'en aurait donné qu'un moindre prix, s'il les avait connus. L'acheteur a le droit de rendre la chose et de se faire restituer le prix, ou de garder la chose et de se faire rendre une partie du prix.

Le Service de Médiation pour le Consommateur n'a pas pu parvenir à un règlement à l'amiable et a émis une recommandation en faveur du consommateur : il a considéré que le défaut lié au véhicule acheté par le consommateur est un défaut de fabrication et que ce dernier peut donc invoquer les vices cachés.

5.6.1.3 Exemple 3

Un consommateur fait l'acquisition d'une voiture auprès d'un garage professionnel pour le montant de 17990 €. La voiture est livrée le 18/10/2019. Le lendemain, le consommateur se rend compte qu'une partie des feux arrière ne s'allume pas. Il signale l'anomalie au vendeur qui laisse son courriel sans réponse.

Après l'intervention du Service de Médiation pour le Consommateur, l'entreprise a réparé le feu arrière défectueux.

5.6.1.4 Exemple 4

Le consommateur achète une voiture d'occasion auprès d'un vendeur en Belgique. Quatre jours après son achat, il se rend en France. La voiture tombe en panne. Il avertit aussitôt le vendeur et fait réparer sa voiture en France. De retour en Belgique, il demande au vendeur le remboursement des frais de réparation, mais n'obtient aucune réponse de sa part.

Le Service de Médiation pour le Consommateur rappelle dans ce cas que, en vertu de l'article 1649 quater §1er du Code civil, le vendeur répond vis-à-vis du consommateur de tout défaut de conformité qui apparaît dans un délai de deux ans à compter de la délivrance du bien. Ce délai peut être réduit à un an lorsqu'il s'agit de bien d'occasion. En principe, le consommateur perd son droit d'invoquer la garantie légale auprès du vendeur lorsqu'il décide de faire réparer le bien par une autre entreprise. Toutefois, cette règle doit être nuancée. En effet, lorsqu'il apparaît que le consommateur se trouve dans une situation d'urgence et que le vendeur est dans l'incapacité d'appliquer la garantie et d'effectuer les réparations nécessaires, comme c'est le cas en l'espèce, le consommateur est libre de faire appel à un tiers.

Par ailleurs, la panne étant survenue dès les premiers jours suivant l'achat, les défauts de conformité sont présumés avoir existé au moment de la délivrance du bien et sont couverts par la garantie légale.

5.6.2 Commentaire

Le secteur des voitures et des motos (d'occasion) dispose d'une entité qualifiée, à savoir la Commission Conciliation Automoto. Malheureusement, cette entité qualifiée n'est compétente que dans de rares cas : il doit s'agir de l'achat d'un véhicule neuf et les parties doivent avoir utilisé un bon de commande spécifique.

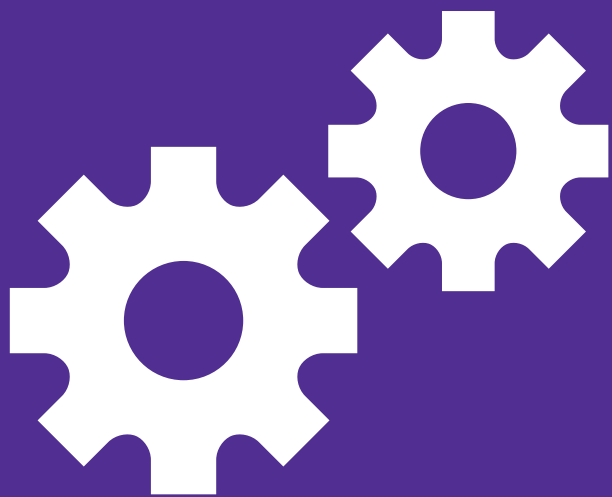
Les litiges relatifs aux véhicules d'occasion ou aux réparations sont souvent extrêmement techniques et s'enlisent souvent dans des discussions tournant autour de la parole des uns contre celle des autres. Il est très difficile ici de trouver un accord à l'amiable sans expertise technique.

5.6.3 Axes d'amélioration

En raison de la technicité des dossiers, il est très difficile de procéder à une médiation et très certainement de prendre finalement position en vue de formuler une recommandation. Toutefois, certains éléments ne doivent pas être négligés :

- De bons accords constituent la base de tout entretien. Tant le consommateur que l'entreprise doivent au préalable savoir ce qu'ils attendent l'un de l'autre. Ainsi, les réparations qui seront réalisées doivent être claires, ainsi que ce qu'il en coûtera au consommateur.
 - Si des réparations supplémentaires doivent malgré tout avoir lieu et entraîner un surcoût, le garage doit en informer le consommateur. Cette information peut se faire par téléphone, mais il vaut mieux qu'une confirmation écrite s'ensuive. Ce n'est qu'après l'accord du consommateur que le garage pourra procéder aux réparations supplémentaires.
 - Tous les biens mobiliers vendus par un vendeur à un consommateur ressortissent au système de la garantie légale. Cette loi est contraignante et il est impossible d'y déroger, contrairement aux affirmations que nous pouvons parfois entendre ou aux conditions générales que nous pouvons parfois lire. Certaines pièces sensibles à l'usure peuvent toutefois au fil du temps être exclues des cas de remplacement dans le cadre des règles de garantie légale, mais sans aller plus loin.
- Le principe selon lequel le vendeur est toujours responsable de la garantie légale peut, dans certains cas urgents et exceptionnels, être mis entre parenthèses, mais le consommateur gagne toujours à communiquer le plus clairement et rapidement possible avec le garage.





POINTS D'ATTENTION

LES ENTITÉS QUALIFIÉES
DEVRAIENT COUVRIR L'ENSEMBLE
DU SECTEUR DANS LEQUEL
ELLES SONT ACTIVES.

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

Si un consommateur ne peut pas s'adresser à une entité sectorielle qualifiée en cas de problème, il peut toujours en effet faire appel au Service de Médiation pour le Consommateur, qui dispose des compétences pour traiter tous les litiges de consommation résiduaire. Chaque consommateur se voit ainsi proposer la possibilité de régler son litige rapidement, facilement et à moindre coût. Depuis sa création, le Service de Médiation pour le Consommateur s'est montré suffisamment utile et nécessaire par le traitement de milliers de dossiers par an.

Le Service de Médiation pour le Consommateur aspire à un paysage du règlement extrajudiciaire des litiges cohérent, efficace et transparent où toutes les parties prenantes peuvent trouver une aide rapide et spécialisée. Nous éclaircissons ci-dessous une série d'axes d'amélioration et de pierres d'achoppement.

6.1 COOPÉRATION DES ENTREPRISES

Le Service de Médiation pour le Consommateur fournit une médiation pour les litiges résiduaire. Afin de pouvoir procéder à cette médiation, les deux parties doivent faire preuve de bonne foi et de bonne volonté. En effet, ce n'est que lorsqu'un dialogue constructif peut être entamé que nous pouvons obtenir des résultats. Ce dialogue se passe mieux avec certaines entreprises, qu'avec d'autres. Cela fait partie de notre travail. Par ailleurs, notre dispositif fonctionne également mieux avec certains consommateurs, qu'avec d'autres d'ailleurs. Le SMC n'hésite pas à formuler une recommandation en faveur d'une entreprise lorsque l'analyse du dossier l'y amène. Si, malgré une médiation active, nous ne parvenons pas à un accord à l'amiable entre les parties, nous rédigeons alors une recommandation, qui reflète la vision du SMC quant au litige en question. Cette vision peut tout aussi bien être à l'avantage du consommateur que de l'entreprise, sans que cette

recommandation ne puisse donner explicitement gain de cause à l'une ou l'autre partie. Le SMC évalue chaque dossier de manière indépendante et impartiale.

Il est clair que le Service de Médiation pour le Consommateur n'agit pas en qualité d'avocat des consommateurs et ne recherche pas la défense aveugle des intérêts de ceux-ci. Le SMC cherche des solutions aux litiges de consommation résiduaire.

Il est toutefois impossible d'atteindre des solutions entre un consommateur et une entreprise de mauvaise foi. Un premier axe d'attention reste toutefois ciblé sur les entreprises : Coopérez ! Soyez constructifs et nous atteindrons ainsi rapidement une solution. Par coopération, nous n'entendons pas que vous deviez céder si vous pensez être dans votre droit, mais que vous transmettiez vos points de vue et que vous communiquiez avec nous en toute transparence.

Lorsqu'une entreprise ne transmet pas son point de vue au Service de Médiation pour le Consommateur au cours de la procédure, nous ne pouvons tenir compte que d'une seule vision lors de la rédaction d'une recommandation et la recommandation formulée sera toujours à l'avantage du consommateur. Une telle recommandation à l'entreprise entraîne en outre l'obligation d'apporter une réponse motivée. En l'absence de réponse, l'inspection économique du SPF Économie peut procéder à l'imposition d'une sanction administrative.

6.2 MAUVAISE FOI

Le Service de Médiation pour le Consommateur tente de trouver des solutions. Il a pour ce faire une mission légale. Parfois, les activités du SMC sont entravées.

6.2.1 Ecothermique

En 2019, le SMC a traité 18 dossiers contre Ecothermique. Ce n'est pas un très grand chiffre en soi, mais ce sont 18 dossiers qui auraient pu être évités. Dix-huit dossiers dans notre service indiquent souvent un problème sous-jacent plus important. Pour chaque dossier, il existe de nombreuses autres plaintes qui ne sont pas signalées. En effet, dans notre rapport



de 2018, nous avons déjà dénoncé les pratiques de cette entreprise.

Ecothermique opère dans toute la Flandre de la même manière. Ils abusent de la position vulnérable dans laquelle se trouvent les consommateurs. Il n'est pas rare qu'Ecothermique soit appelé par un consommateur confronté à une panne qui doit être réparée d'urgence. En saisissant des mots-clefs précis dans un moteur de recherche du Web, comme 'plombier' et 'Alost' par exemple, les consommateurs atterrissent rapidement sur la page plombieralost.be. Ou sur plombier-janssens.be. Le site Web [plombiermalines](http://plombiermalines.be) existe également. Ou [plombierlouvain](http://plombierlouvain.be). Et l'on trouve ainsi également [plombieranvers](http://plombieranvers.be), [plombiergand](http://plombiergand.be), [plombierostende](http://plombierostende.be), etc. Tous ces sites Web présentent la même configuration, le même contenu, les mêmes belles paroles. Et tous affichent un numéro local, afin que le consommateur parte du principe que ces plombiers sont effectivement établis dans le coin.

Rien n'est moins vrai, toutefois. Les plombiers arrivent vite sur place, ils proviennent d'Anderlecht, s'expriment dans un néerlandais bancal et n'y connaissent rien en plomberie. En revanche, après avoir trifouillé autour du problème, ils présentent une facture salée. Cette facture reprend systématiquement des frais de déplacement prohibitifs et des taux horaires exorbitants. Les deux travailleurs d'Ecothermique exigent un paiement immédiat et au comptant et n'hésitent pas à conduire le consommateur au distributeur de billets le plus proche pour y retirer de l'argent.

Ces pratiques ont déjà été signalées à l'inspection économique, mais l'entreprise parvient manifestement à glisser entre les mailles du filet. Le Service de Médiation pour le Consommateur demande une action rapide, efficace et définitive à l'encontre de cette entreprise.

6.2.2 Caltexx/Pharmaxx/Tetrix

Tetrix est une entreprise néerlandaise qui écoule des produits de Pharmaxx en Belgique, souvent via des abonnements vendus par téléphone. Il s'agit, dans ce cas, de compléments alimentaires. En 2019, le Service de Médiation pour le Consommateur a reçu pas moins de 85 dossiers à l'encontre de cette société. L'aspect transfrontalier rend la définition de la compétence du SMC complexe dans ce dossier.

Le Service de Médiation pour le Consommateur souligne deux points :

- Pour les litiges transfrontaliers, il convient d'être le plus transparent possible. La coopération avec l'entité de règlement extrajudiciaire des litiges compétente doit être claire et définie. Il existe une perception selon laquelle la vente transfrontalière est organisée dans le seul but de semer la confusion et de dissuader les consommateurs de signaler les litiges auprès des entités judiciaires et extrajudiciaires.
- Le SMC pense également que les pratiques commerciales de Pharmaxx flirtent avec les limites de l'acceptable. Ici aussi, l'on pourrait avoir l'impression que, même si la loi est correctement appliquée, l'entreprise semble vouloir exploiter les faiblesses de la législation pour imposer des frais élevés aux consommateurs.

Le Service de Médiation pour le Consommateur plaide pour une collaboration claire et transparente et une application correcte de la législation.

En 2019, pour la première fois de son existence, le SMC a également transmis le nom de Caltexx à la Direction Générale de l'Inspection Economique du Service Public Fédéral Economie, en lui demandant de les sanctionner pour non-respect de leur obligation légale de fournir une réponse motivée à une recommandation.

6.3 ENTITÉS SECTORIELLES QUALIFIÉES

La première mission du Service de Médiation pour le Consommateur consiste donc à informer les consommateurs et les entreprises de leurs droits et obligations, en particulier des possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. Ensuite, nous devons également transférer le dossier correctement au service compétent en la matière. Des règles claires et transparentes sont donc sans aucun doute bénéfiques pour nous.

Parfois, c'est clair. Avez-vous un problème avec...

- votre opérateur ?
 - Service de Médiation pour les télécommunications
- votre fournisseur d'énergie ?
 - Service de Médiation pour l'énergie
- votre institution financière ?
 - Ombudsfin
- votre assureur, courtier ou agent ?
 - Ombudsman pour les Assurances
- un opérateur postal ou une société de coursiers ?
 - Service de Médiation pour le secteur postal

Les secteurs respectifs sont couverts par un service de médiation. Ainsi, le consommateur a l'avantage de la clarté. Les entreprises en tirent également des avantages. En général, elles connaissent le service de médiation du secteur dans lequel elles opèrent et sont disposées à investir dans une coopération constructive. Enfin, le Service de Médiation pour le Consommateur, sait ainsi clairement vers qui renvoyer les consommateurs, ce qui est tout bénéfique pour la rapidité de la prestation de services. Toutes les parties sont gagnantes.

Les choses sont moins claires pour d'autres entités qualifiées. Elles ne couvrent pas un secteur complet, mais sont seulement compétentes dans certains cas particuliers. Ainsi, la Commission de Conciliation Construction est effectivement compétente pour des litiges techniques, mais pas pour des litiges juridiques. Par ailleurs, la Commission de Conciliation n'entre en jeu que lorsque les deux parties acceptent la compétence de celle-ci et après le paiement de la somme de 200 €.

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

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

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

C'est donc loin d'être une situation optimale. Le consommateur est encore trop souvent, contrairement aux intentions du législateur, baladé de droite à gauche.

Les entités qualifiées, existantes et à créer, devraient couvrir l'ensemble du secteur dans lequel elles sont actives, tant en termes d'activités qu'en termes de produits et services offerts directement ou indirectement par les entreprises de ce secteur. Tout le monde en sortirait gagnant : les consommateurs sauraient à qui s'adresser, les entreprises pourraient se fier à une entité possédant les connaissances et le savoir-faire suffisants et le secteur dans son ensemble en tirerait également des avantages.





7

RÈGLEMENT COLLECTIF DES LITIGES

LE SERVICE DE MÉDIATION POUR
LE CONSOMMATEUR TRAVAILLE
ACTUELLEMENT À L'ÉLABORATION
D'UN CADRE STRICT DANS LEQUEL DES
ACTIONS COLLECTIVES POURRAIENT
ÊTRE INTRODUITES À L'AVENIR.

Le 3 août 2018, le Service de Médiation pour le consommateur a déposé une action collective ou une action de recours collectif auprès du Tribunal de l'entreprise à Bruxelles. Cette réclamation, qui a été approuvée à la demande du Service de Médiation pour l'Énergie par les autres membres du comité de direction du Service de Médiation pour le Consommateur, est adressée aux fournisseurs d'énergie ESSENT, LUMINUS, OCTA+, MEGA, ENERGY PEOPLE et ZENO. Selon le Code de Droit Économique, le Service de Médiation pour le consommateur peut agir en tant que groupe représentatif des consommateurs contre une éventuelle infraction à la loi sur l'électricité et le gaz si cette action collective est plus efficace qu'une action individuelle d'un seul consommateur.

Toutefois, dans ces actions, le SMC ne peut agir qu'au stade de la négociation d'une convention collective de recours et, si la phase de négociation échoue, il ne peut pas agir en tant que représentant du groupe dans la procédure conduisant à une décision sur le fond concernant la question de la compensation financière pour les consommateurs concernés.

Cette action collective se trouve actuellement au stade de l'appel où, outre la recevabilité de l'action en justice soumise par le Service de Médiation pour le consommateur, la phase dite de négociation avec les fournisseurs d'énergie concernés sera également évaluée. Une décision finale est attendue à la fin de l'année 2020.

Le Service de Médiation pour le Consommateur travaille actuellement à l'élaboration d'un cadre strict dans lequel d'autres actions collectives pourraient être introduites à l'avenir.





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