



# 2021

# RAPPORT ANNUEL



Service de Médiation  
pour le Consommateur

# SOMMAIRE



# 1

## INTRODUCTION /4

L'équipe /6

Chiffres clés /8

# 2

## MISSION ET FONCTIONNE- MENT /10

2.1 À propos du Service  
de Médiation pour le  
Consommateur /10

2.2 Activités externes /11

2.3 Procédure du SMC :  
dossiers résiduels /12

# 3

## BUDGET DU SERVICE DE MÉDIATION POUR LE CONSOMMATEUR /14

3.2 Budget 2021 /15

3.3 Personnel /15



# 4

## STATISTIQUES /16

- 4.1 Nouveaux dossiers /16
- 4.2 Moyen de communication /19
- 4.3 Dossiers résiduaire /20
- 4.4 Dossiers ne relevant pas de la compétence du SMC /22
- 4.5 Dossiers résiduaire clôturés /24
- 4.6 Top secteurs 2021 /26
- 4.7 Top catégories 2021 /28
- 4.8 Top 10 entreprises 2021 /30
- 4.9 Temps moyen de traitement d'un dossier /31

# 5

## PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES

/32

- 5.1 Changements de prix /33
- 5.2 Services de réparations /34
- 5.3 Conditions générales /36
- 5.4 Réparations sous garantie par des entreprises extérieures /38
- 5.5 Livraisons /39
- 5.6 Événements et activités récréatives /41

# 6

## POINTS D'ATTENTION /44

- 6.1 Développement du paysage de l'ADR /45
- 6.2 Recours collectif /46



# 1 INTRODUCTION

« La création des services de médiation sectoriels pour la construction et pour l'ameublement serait un grand pas vers le renforcement du paysage du règlement extrajudiciaire des litiges. »



.....  
Modification rapport annuel:  
..... Alain, Arthur, Besa, Christine, Dalia, Hind,  
..... Miryam, Nick, Peter, Pieter-Jan et Silke  
.....

En 2021, 14.488 consommateurs ont fait appel au Service de Médiation pour le Consommateur. Dans 4.100 cas, une médiation a été entamée entre un consommateur et une entreprise en vue de parvenir à une solution à l'amiable. 3.536 plaintes ont été soumises au service de médiation compétent via le portail des plaintes du Service de Médiation pour le Consommateur. Dans les autres cas, les consommateurs et les entreprises ont reçu des informations spécifiques concernant leurs droits et obligations.

La crise du coronavirus a également contribué à déterminer le contenu de nombreux dossiers en 2021, en particulier en ce qui concerne les litiges relatifs à la non-livraison de biens et de services et les litiges relatifs aux vols annulés ou retardés.

La résolution extrajudiciaire des litiges a une base solide en Belgique. Il existe actuellement 15 services qualifiés qui traitent les litiges pour un secteur économique spécifique. Depuis 2015, le Service de Médiation pour le Consommateur constitue le dernier maillon de la chaîne de résolution extrajudiciaire des litiges en fournissant des informations aux consommateurs et aux entreprises et en jouant le rôle de médiateur dans les litiges résiduels. Tout litige de consommation en Belgique peut donc être soumis à un service de résolution extrajudiciaire des litiges.

Les bases sont donc bonnes et claires mais pourraient considérablement être renforcées. Le comité de direction du Service de Médiation pour le Consommateur formule dans le présent rapport un certain nombre de propositions concrètes à cette fin. Nous demandons en priorité aux secteurs de la construction et de l'ameublement de mettre en place leur propre service sectoriel de règlement des litiges. Notre appel se fonde sur le grand nombre de demandes de médiation que le Service de Médiation pour le Consommateur a traité dans ces secteurs depuis sa création en 2015. Un service de résolution des litiges spécifique à ces secteurs, doté de l'expertise et des connaissances nécessaires serait en effet un soutien pour les consommateurs et les entreprises en cas de litige et un moyen solide pour rétablir ou confirmer la confiance des consommateurs dans l'entreprise et le secteur concerné.

**Katelijne Exelmans**  
Présidente  
du Comité de direction

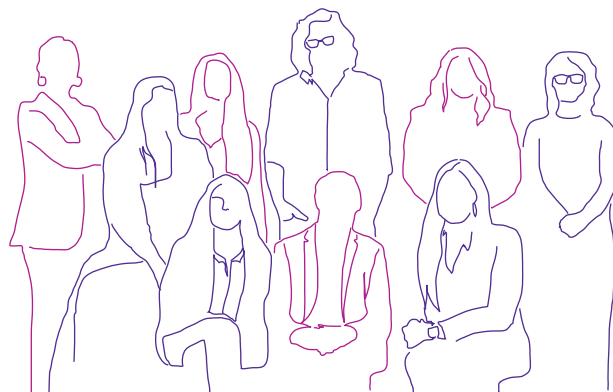
**Laurent de Bary**  
Vice-présidente  
du Comité de direction



# 2021

---

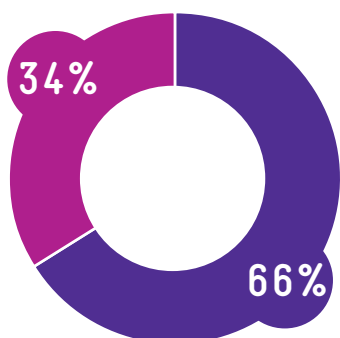
## L'ÉQUIPE



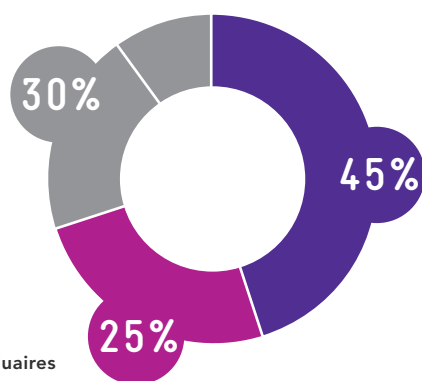
# CHIFFRES CLÉS

## 14.488

dossiers traités en 2021



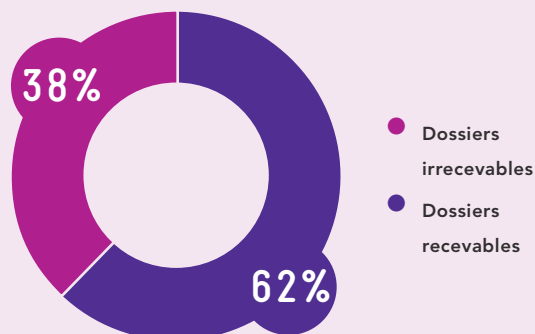
- Dossiers enregistrer en français
- Dossiers enregistrer en néerlandais



- Dossiers résiduaire
- Autres dossiers
- Demandes d'informations :  
Par écrit : 10% + Par téléphone : 20%

## 6.575

dossiers résiduaire

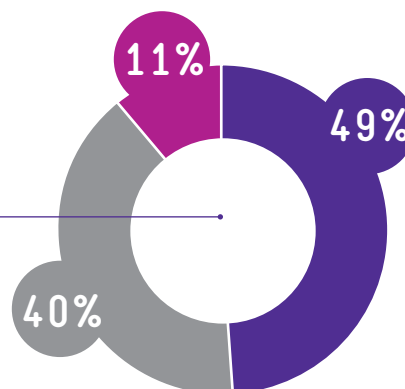


motifs d'irrecevabilité	2021
Plainte anonyme	129
SMC uniquement en copie	419
Absence de litige de consommation résiduaire	133
Faillite de l'entreprise	39
Plainte incomplète	1.709
Plainte vexatoire	2
A déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire	15
Plainte infondée	3
Plainte dont les faits datent de plus d'un an	8
Dossier déjà traité par une entité qualifiée	18
<b>Total</b>	<b>2.475</b>

## 3.911

dossiers recevables clôturés

- Règlement à l'amiable : 1.925 dossiers
- Recommandation : 1.565 dossiers
- Plainte interrompue : 421 dossiers





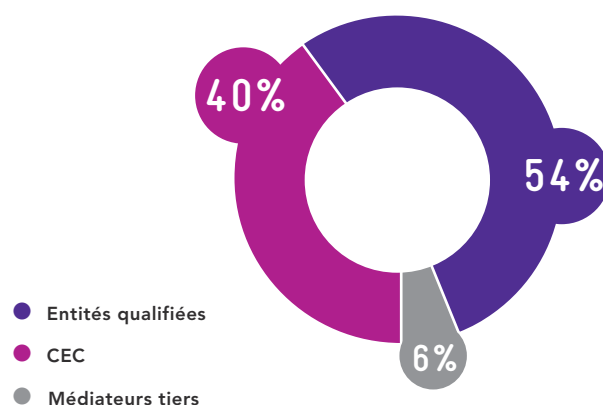
La durée moyenne  
de traitement  
d'un dossier  
était de

**59**

jours en 2021.

## Détails

des dossiers transférés



## Top dix secteurs

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Services relatifs à l'entretien et à la réparation du logement	1.086
2	Meubles et décoration	591
3	Biens TIC (technologie de l'information et de la communication)	371
4	Gros appareils électroménagers	302
5	Compagnies aériennes	280
6	Services en lien avec les sports et les loisirs	267
7	Habillement et chaussures	259
8	Biens en lien avec les sports et les loisirs	201
9	Services culturels et de divertissement	180
10	Électronique (non TIC)	152

## Top dix catégories

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Non livré / non fourni	1.036
2	Garantie légale non accordée	566
3	Défauts, dommages causés	491
4	Le produit ne satisfait pas à la commande	403
5	Service après-vente	359
6	Facture injustifiée	236
7	Facture erronée	216
8	Livré/fourni partiellement	195
9	Résiliation du contrat	192
10	Non disponible/inaccessible	190



# 2 MISSION ET FONCTIONNEMENT

« Le Service de Médiation pour le Consommateur est le point de contact des consommateurs et des entreprises pour toutes les questions relatives à l'ADR. »



## 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<sup>er</sup> juin 2015.

La mission du Service de Médiation pour le Consommateur est triple et définie légalement.

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. 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.

Le SMC ne se contente pas de fournir des informations sur le règlement extrajudiciaire des litiges. Il informe également de manière générale sur les droits et obligations du consommateur et de l'entreprise. Toutefois, la spécialisation du Service de Médiation pour le Consommateur demeure dans les litiges de consommation, donc tout litige survenant entre un consommateur et une entreprise et relatif à l'exécution d'un contrat de vente ou de service ou à l'utilisation d'un produit. Le SMC veille à ne fournir que des informations et à ne pas émettre de conseils. Prodiguer des conseils aux consommateurs ou aux entreprises avant l'ouverture d'un éventuel dossier irait en effet à l'encontre de l'impartialité requise. La transmission 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. 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**<sup>1</sup>. 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 européenne<sup>1</sup>. 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 résiduaires** (cf. ci-dessous).

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

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

## 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 2021, quinze instances, dont le Service de Médiation pour le Consommateur. Les autres instances étaient les suivantes :

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

Des concertations ont lieu à intervalles réguliers entre le Service de Médiation pour le Consommateur et une ou plusieurs entités qualifiées, entités qualifiées candidates ou secteurs professionnels.

Le Service de Médiation pour le Consommateur consulte également les services compétents du SPF Économie sur base trimestrielle. Ensemble, ils



traitent des statistiques transmises et analysent la nécessité ou non de mettre en place des actions supplémentaires et, si oui, pour quels secteurs.

## 2.3 PROCÉDURE DU SMC : DOSSIERS RÉSIDUAIRES

### 2.3.1 Évaluation du dossier

Les dossiers qui ne peuvent être transmis à une autre entité qualifiée sont traités par le SMC, il s'agit des dossiers résiduels. Le traitement d'une demande par le Service de Médiation pour le Consommateur est gratuit pour le consommateur. Dès que la demande est complète, le Service de Médiation pour le Consommateur dispose d'un délai de trois semaines pour informer le consommateur de sa capacité à traiter le dossier et de sa décision à cet égard. Il doit le faire par courrier motivé.

Le SMC dispose de motifs de refus obligatoires et facultatifs lui permettant de déclarer le dossier irrecevable. Le Service de Médiation pour le Consommateur refuse de traiter une demande :

- lorsque la plainte est fantaisiste, vexatoire ou diffamatoire ;
- lorsque la plainte est anonyme ou que l'autre partie n'est pas identifiée ou identifiable ;
- lorsque la plainte a déjà été traitée par une entité qualifiée, même si elle a été déclarée comme irrecevable par celle-ci ; et
- lorsque la plainte vise le règlement d'un litige qui fait ou a déjà fait l'objet d'une action en justice.

En ce qui concerne les motifs de refus facultatifs, le SMC dispose d'une certaine marge pour l'évaluation du dossier. Il en fait largement usage. L'objectif consiste toujours à aider au mieux le consommateur. Le Service de Médiation pour le Consommateur peut refuser de traiter une demande de règlement extrajudiciaire :

- lorsque la plainte en question a été introduite auprès de l'entreprise concernée depuis plus d'un an ;
- lorsque le traitement de la plainte peut sérieusement compromettre le bon

fonctionnement du Service de Médiation pour le Consommateur ;

- lorsque la plainte en question n'a pas été introduite au préalable auprès de l'entreprise concernée.

### 2.3.2 Traitement du dossier

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

**Le gestionnaire de dossier écoute les deux parties et tente de les concilier.** Dans le cadre de ses attributions, le Service de Médiation pour le Consommateur peut s'appuyer sur toute disposition légale applicable à l'affaire spécifique traitée.

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

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

### 2.3.3 Clôture du dossier

Le SMC fait part de l'issue du règlement du litige aux deux parties dans un délai de 90 jours calendrier. Dans des circonstances exceptionnelles, ce délai peut être prolongé à nouveau d'une durée de 90 jours, et ce, une seule fois. Ce prolongement doit être motivé par la complexité du litige.

Une procédure auprès du Service de Médiation pour le Consommateur peut être clôturée de trois manières. Dans le meilleur des cas, **un règlement à l'amiable** est convenu entre le consommateur et l'entreprise. Le gestionnaire de dossier fait part de cet accord par écrit aux deux parties et clôtur 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.

# 90

**Le gestionnaire de dossier dispose de 90 jours calendrier pour clôturer le dossier.**

.....



# 3 BUDGET

« 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 2021

#### a. Budget des recettes 2021

Pour 2021, le financement estimé du budget s'élevait à € 949.798 et comprenait les volets suivants :

- Contribution des services de médiation sectoriels € 491.798
- Contribution des Autorités publiques fédérales € 368.000
- Contribution des entreprises sans entité qualifiée € 90.000

#### b. Budget des dépenses 2021

Le budget des dépenses en 2021 était de € 949.798, réparti comme suit :

- Dépenses pour le personnel € 651.153
- Dépenses pour le fonctionnement € 292.109
- Dépenses en capital € 6536

#### c. Utilisation de la réserve en 2021

- Dépenses d'investissement € 93.532

### 3.2 PERSONNEL

En 2021, 11 ETP travaillaient au Service de Médiation pour le Consommateur.

# 4 STATISTIQUES

« Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 14.488 demandes en 2021. »

## 4.1 NOUVEAUX DOSSIERS

### 4.1.1 Nombre total de dossiers traités en 2021

#### a. Statistiques

Dossiers	2021	2020	2019	2018	2017
NL	9.616	10.627	5.723	6.379	6.700
FR	4.876	4.387	2.930	2.639	2.874
Total	14.488	15.014	8.653	9.018	9.574

#### b. Commentaire

Le Service de Médiation pour le Consommateur a traité 14.488 demandes en 2021, soit une baisse d'un peu moins de 4% par rapport à l'exercice précédent. Les demandes d'information par téléphone ont été incluses pour la première fois dans les chiffres de 2020.



Pour ce qui est de la répartition linguistique, 9.616 dossiers (66%) ont été enregistrés en néerlandais et 4.876 dossiers (34%) en français. Il s'agit d'une diminution de 5% du nombre de dossiers néerlandophones par rapport aux dossiers francophones l'année précédente. Les dossiers germanophones sont traités par les gestionnaires de dossiers francophones et sont donc inclus dans cette statistique. Les dossiers anglophones sont traités par les gestionnaires de dossiers néerlandophones et sont inclus dans ce chiffre.

### c. Ratio

	2021	2020	2019	2018	2017
Dossiers résiduares	6.575	6.537	4.544	4.890	5.053
Autres dossiers	3.536	3.915	2.779	3.013	3.677
Demandes d'information par écrit	1.454	1.722	1.330	1.115	844
Demandes d'information par téléphone	2.923	2.840	-	-	-

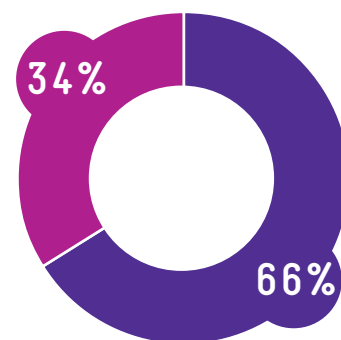
### d. Commentaire

Sur l'ensemble des demandes qui nous sont parvenues en 2021, 45% relevaient de la compétence résiduaire du Service de Médiation pour le Consommateur. Vingt-cinq pour cent des demandes reçues ont été transférées vers un service compétent et 30% étaient des demandes d'information, tant par écrit que par téléphone.

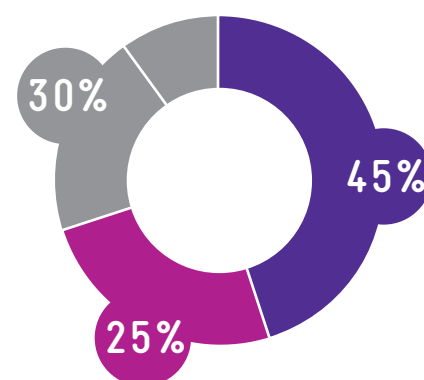
## 4.1.2 Nombre total de dossiers résiduares introduits en 2021

### a. Statistiques

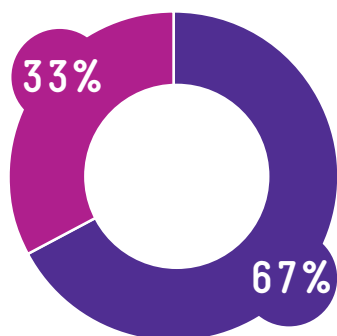
Dossiers résiduares	2021	2020	2019	2018	2017
NL	4.412	4.244	2.698	3.411	3.399
FR	2.163	2.293	1.846	1.479	1.654
Total	6.575	6.537	4.544	4.890	5.053



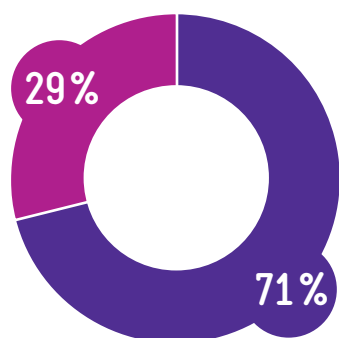
- Dossiers enregistrer en français
- Dossiers enregistrer en néerlandais



- Dossiers résiduares
- Autres dossiers
- Demandes d'information : par écrit 10% + par téléphone 20%



- Nombre total de dossiers résiduaux en français
- Nombre total de dossiers résiduaux en néerlandais



- Nombre total d'autres dossiers en français
- Nombre total d'autres dossiers en néerlandais

#### b. Commentaire

Les dossiers résiduaux sont des litiges entre un consommateur et une entreprise belge, relatifs à l'exécution d'un contrat de vente ou de service ou à l'utilisation d'un produit, qui ne relèvent pas de la compétence d'une autre entité qualifiée. Quelque 67% des dossiers résiduaux ouverts étaient des dossiers néerlandophones, 33% des dossiers francophones.

En moyenne, 548 dossiers résiduaux ont été introduits par mois en 2021. Il s'agit d'une légère augmentation par rapport à 2020, où nous avons reçu une moyenne de 545 dossiers par mois.

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

##### a. Statistiques

Autres dossiers	2021	2020	2019	2018	2017
NL	2.513	2.866	1.923	2.135	2.516
FR	1.027	1.049	856	878	1.161
<b>Total</b>	<b>3.536</b>	<b>3.915</b>	<b>2.779</b>	<b>3.013</b>	<b>3.677</b>

##### b. Commentaire

En 2021, le SMC a traité 3.536 dossiers qui ne relevaient pas de sa compétence. Il s'agit de dossiers qui relèvent de la compétence exclusive d'une autre entité ADR. Quelque 71% concernaient des dossiers néerlandophones et 29% des dossiers francophones, soit au total une baisse de 10 % par rapport à l'année dernière.

# 3.536

En 2021, le SMC a traité 3.536 dossiers qui ne relevaient pas de sa compétence.

#### 4.1.4 Nombre total de demandes d'information traitées

##### a. Statistiques

Demandes d'informations	2021		2020		2019	2018	2017
	Par écrit	Par téléphone	Par écrit	Par téléphone	Par écrit	Par écrit	Par écrit
Moyenne							
NL	1.263	1.428	1.477	2.040	1.102	833	733
FR	191	1.495	245	800	228	282	111
<b>Total</b>	<b>4.377</b>		<b>4.562</b>		<b>1.330</b>	<b>1.115</b>	<b>844</b>

##### b. Commentaire

En 2021, le SMC a répondu à 4.377 demandes d'informations. Avec 1.005 dossiers de plus, les demandes en néerlandais étaient nettement plus nombreuses. En ce qui concerne les demandes écrites, la différence entre les deux langues nationales était considérable, le SMC ayant reçu beaucoup plus de questions en néerlandais. Il en va tout autrement pour les demandes d'informations par téléphone, le SMC ayant reçu plus d'appels en français qu'en néerlandais.

La première tâche du SMC consiste à informer les consommateurs et les entreprises de leurs droits et obligations et, en particulier, des possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. La diffusion d'informations qualitatives et ciblées contribue à une augmentation des connaissances générales sur les droits et obligations des consommateurs.

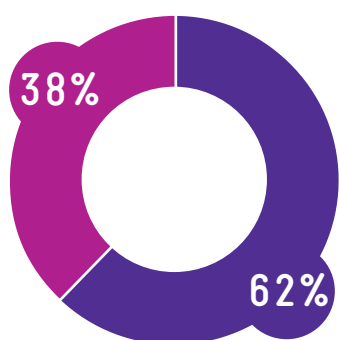
## 4.2 MOYENS DE COMMUNICATION

##### a. Statistiques

Moyen de communication	2021	2020	2019	2018	2017
Courrier	83	112	141	172	196
E-mail	4.891	4.630	2.848	2.607	2.403
Fax	11	7	5	8	13
Site web	4.382	4.898	3.476	4.216	3.217
Belmed	336	394	256	75	44
Visites	-	8	23	29	29
SPF Économie	1.862	2.125	1.904	1.907	3.661
ODR	-	-	-	4	11
Téléphone	2.923	2.840	-	-	-
<b>Total</b>	<b>14.488</b>	<b>15.014</b>	<b>8.653</b>	<b>9.018</b>	<b>9.574</b>

# 99%

des personnes qui souhaitent nous joindre l'ont fait par voie numérique ou par téléphone.



- Dossiers irrecevables
- Dossiers recevables

## b. Commentaire

Les consommateurs peuvent joindre le SMC par de nombreux canaux : via le formulaire du site Web, par e-mail, par fax et par courrier. En principe, les visiteurs peuvent également se présenter à notre réception tous les jours ouvrables entre 9 et 17 heures afin d'y déposer un dossier. En 2021, il s'est cependant avéré impossible de recevoir des visiteurs en raison de la pandémie. Par téléphone, le SMC est uniquement joignable les jours de semaine entre 09h et 12h.

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

## 4.3 DOSSIERS RÉSIDUAIRES

### 4.3.1 Dossiers recevables versus dossiers irrecevables

#### a. Statistiques

	2021	2020	2019	2018	2017
Dossiers recevables	4.100	4.330	2.774	2.542	2.581
Dossiers irrecevables	2.475	2.207	1.770	2.352	2.472
<b>Total</b>	<b>6.575</b>	<b>6.537</b>	<b>4.544</b>	<b>4.890</b>	<b>5.053</b>

#### b. Commentaire

Sur les 6.575 dossiers résiduaire reçus par le SMC en 2021, 2.475 dossiers ont été jugés irrecevables.

Vous trouverez la ventilation par motif d'irrecevabilité dans les statistiques suivantes.

### 4.3.2 Motifs d'irrecevabilité

#### a. Statistiques

motifs d'irrecevabilité	2021	2020	2019	2018	2017
Plainte anonyme	129	55	29	72	147
SMC uniquement en copie	419	368	252	69	-
Absence de litige de consommation résiduaire	133	177	144	48	212
Faillite de l'entreprise	39	82	199	76	50
Plainte incomplète	1.709	1.493	1.070	1.989	1.992
Plainte vexatoire	2	1	0	1	8
A déjà fait l'objet d'une procédure judiciaire	15	13	40	38	48
Plainte infondée	3	1	8	3	-
Plainte dont les faits datent de plus d'un an	8	6	8	30	5
Dossier déjà traité par une entité qualifiée	18	11	20	26	10
<b>Total</b>	<b>2.475</b>	<b>2.207</b>	<b>1.770</b>	<b>2.352</b>	<b>2.472</b>

#### b. Commentaire

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

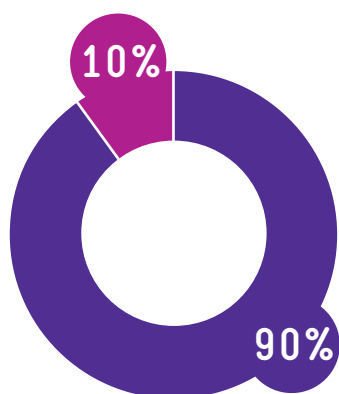
Pour faire l'objet d'un traitement dans le cadre d'une procédure auprès du Service de Médiation pour le Consommateur, une demande doit contenir au moins les éléments suivants :

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

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

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

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



- Hors mission
- Transférés

## 4.4 AUTRES DOSSIERS ADRESSÉS AU SMC

### 4.4.1 Général

#### a. Statistiques

	2021	2020	2019	2018	2017
Transférés	3.170	3.553	2.422	2.660	3.319
Hors mission	366	362	357	353	358
<b>Total</b>	<b>3.536</b>	<b>3.915</b>	<b>2.779</b>	<b>3.013</b>	<b>3.677</b>

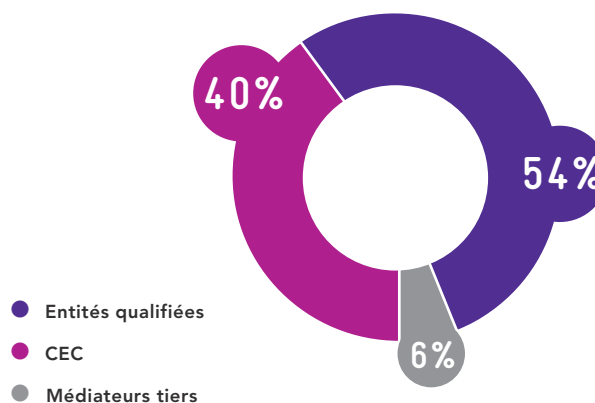
#### b. Commentaire

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

Dans le premier cas, le dossier du consommateur est donc transféré. Dans les statistiques suivantes, vous pouvez découvrir vers quels services nous avons transféré ces dossiers.

## Détails

### des dossiers transférés



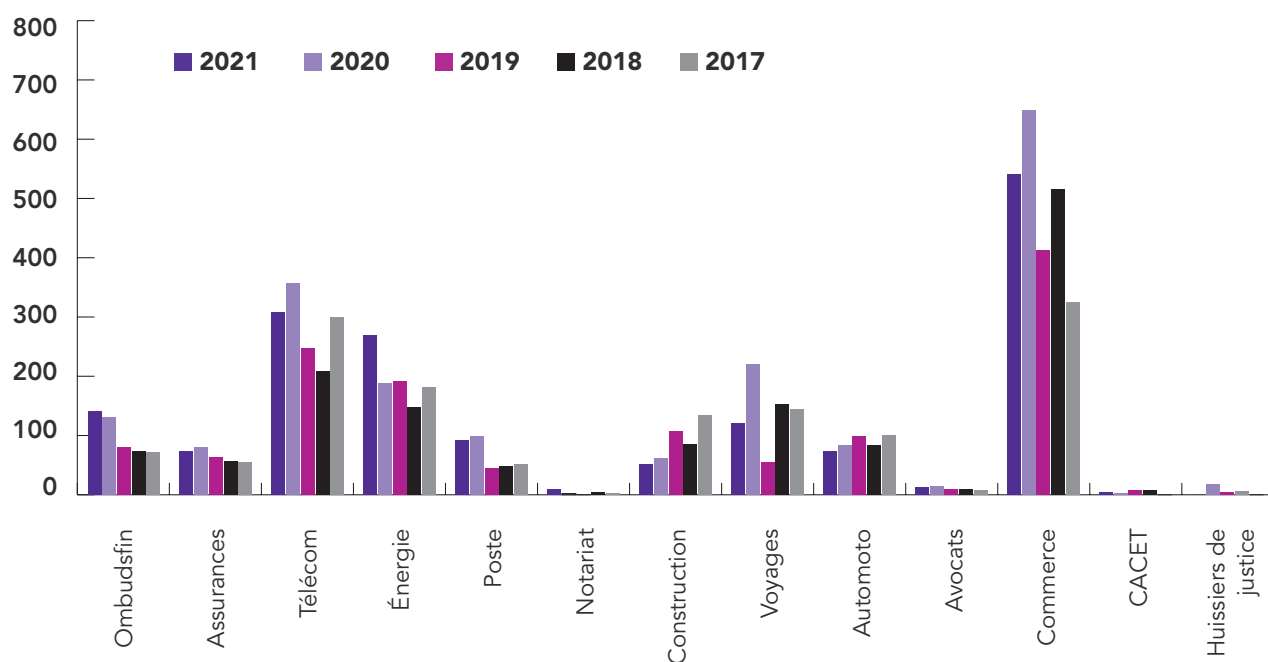
- Entités qualifiées
- CEC
- Médiateurs tiers

## 4.4.2 Dossiers transférés

### a. Statistiques

	2020	2020	2019	2018	2017
ECC <sup>1</sup>	1.260	1.537	979	1.155	1.840
Ombudsfm	141	131	80	74	72
Ombudsman pour les assurances	74	80	64	56	55
Service de Médiation pour les télécommunications	308	357	248	208	299
Service de Médiation pour l'Énergie	269	188	191	147	181
Service de Médiation pour le secteur postal	92	99	45	48	51
Ombudsman pour le notariat	9	2	0	5	2
Commission de Conciliation Construction	51	61	107	85	134
Commission de litiges Voyages	121	220	55	153	144
Médiateur fédéral	27	20	18	26	15
Médiateur flamand	156	73	85	70	73
Médiateur wallon	13	18	18	10	20
Commission de Conciliation Automoto	73	83	98	83	101
Services de médiation pour les avocats	12	15	9	10	7
Ombudsman du Commerce	540	649	413	516	325
CACET	4	3	7	8	-
Huissiers de justice	15	17	5	6	-
Ombudsrail	5	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>3.170</b>	<b>3.553</b>	<b>2.422</b>	<b>2.660</b>	<b>3.319</b>

### b. Histogramme



1 Le Centre Européen des Consommateurs (CEC) informe et sert de médiateur dans les litiges transfrontaliers avec des entreprises européennes.

540

dossiers ont  
été transférés à  
l'Ombudsman du  
Commerce

### c. Commentaire

Les dossiers pour lesquels une autre entité qualifiée est exclusivement responsable leur sont immédiatement transmis. Parmi les entités reconnues par le SPF Économie qui traitent le plus de dossiers figurent l'Ombudsman du Commerce (540 dossiers), le Service de Médiation des télécommunications (308 dossiers) et le Service de Médiation pour l'Énergie (269 dossiers).

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

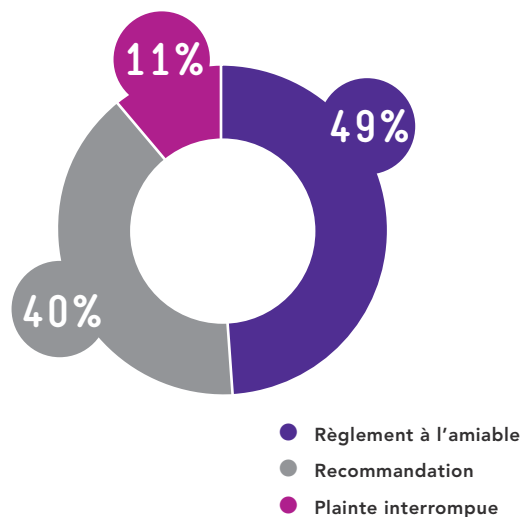
## 4.5 DOSSIERS RÉSIDUAIRES CLÔTURÉS

### 4.5.1 Général

#### a. Statistiques

	Total 2021	% 2021	% 2020	% 2019	% 2018	% 2017
Règlement à l'amiable	1.925	49 %	51 %	47 %	55 %	48 %
Recommandation	1.565	40%	43 %	47 %	33 %	22 %
Plainte interrompue	421	11%	7 %	6 %	12 %	30 %
<b>Total</b>	<b>3.911</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

#### b. Diagramme



### c. Commentaire

En 2021, le SMC a pu clôturer 3.911 dossiers irrecevables et résiduares, soit dix-sept de plus que l'année précédente, mais toujours 37% de plus qu'en 2019. Depuis l'apparition de la pandémie, les consommateurs ont clairement trouvé le chemin du SMC et cela n'a pas changé.

**Dans 49% des dossiers clôturés, un règlement à l'amiable a été trouvé.**

Dans 1.565 cas, aucune solution n'a pu être trouvée au litige et une recommandation a été formulée. Les recommandations peuvent être neutres ou favorables pour l'une des parties. Enfin, 421 dossiers ont été interrompus par le consommateur au cours de la procédure, soit une augmentation de 61% par rapport à l'année précédente.



## 4.5.2 Recommandations

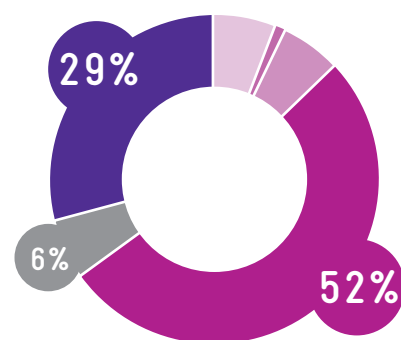
### a. Statistiques

		2021	2021%	2020%	2019%
Recommandation en faveur du consommateur	Suivie	97	6	6	7
	Partiellement suivie	16	1	2	5
	Non suivie	94	6	4	7
	Pas de réponse	810	52	48	34
Recommandation en faveur de l'entreprise		89	6	7	12
Recommandation neutre		159	29	33	38
<b>Total</b>		<b>1.565</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### b. Commentaire

En 2021, le SMC a formulé 1.565 recommandations au total. Les recommandations sont formulées à l'issue de la procédure de conciliation, lorsqu'aucun règlement à l'amiable n'a pu être atteint. Elles représentent le point de vue personnel du SMC et son opinion sur le dossier quant à la solution souhaitée. La majorité des recommandations (1.017 dossiers) ont été formulées en faveur du consommateur. Nous attendons également une réponse motivée de l'entreprise à ces recommandations. Toutefois, cela ne s'est produit que dans 20% des cas.

Enfin, le SMC a formulé 89 recommandations en faveur de l'entreprise et également 459 recommandations neutres. Ces dernières suggèrent une solution, mais ne donnent pas nécessairement un avantage à l'une ou l'autre des parties.



- **Recommandation en faveur du consommateur :**
  - Pas de réponse
  - Non suivie
  - Partiellement suivie
  - Suivie
- **Recommandation en faveur de l'entreprise**
- **Recommandation neutre**

# 810

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

## 4.6 TOP SECTEURS 2021<sup>2</sup>

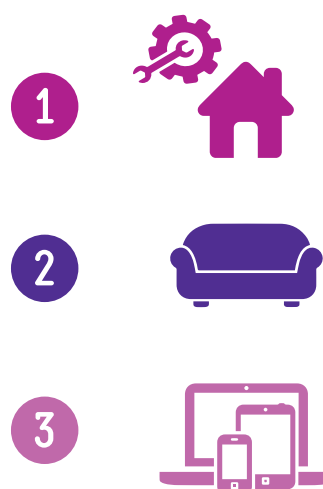
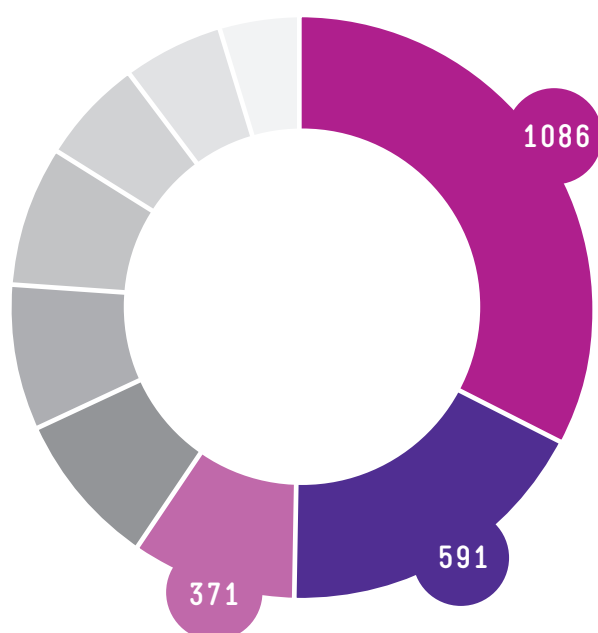
### a. Statistiques

## Top dix 2021

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Services relatifs à l'entretien et à la réparation du logement	1.086
2	Meubles et décoration	591
3	Biens TIC (technologie de l'information et de la communication)	371
4	Gros appareils électroménagers	302
5	Compagnies aériennes	280
6	Services en lien avec les sports et les loisirs	267
7	Habillement et chaussures	259
8	Biens en lien avec les sports et les loisirs	201
9	Services culturels et de divertissement	180
10	Électronique (non TIC)	152

### Top dix 2020

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Services relatifs à l'entretien et à la réparation du logement	1.086
2	Meubles et décoration	460
3	Compagnies aériennes	446
4	Services en lien avec les sports et les loisirs	350
5	Habillement et chaussures	266
6	Biens TIC (technologies de l'information et de la communication)	260
7	Gros appareils électroménagers	238
8	Électronique (non TIC ou récréatif)	228
9	Biens en lien avec les sports et les loisirs	207
10	Hôtels et autres logements de vacances	187



## Top dix 2019

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

## b. Commentaire

Le plus grand nombre de dossiers a de nouveau été enregistré dans le secteur « Services relatifs à l'entretien et à la réparation du logement ». Ce secteur comprend les services des plombiers, des maçons, l'entretien des piscines, l'aménagement des jardins, le chauffage central, etc. Dans ce secteur, nous pouvons distinguer trois problèmes récurrents : les travaux ne sont pas réceptionnés (à temps), les factures sont (beaucoup) plus élevées que le devis ou la qualité des travaux livrés pose problème.

Dans le secteur de l'ameublement également, de nombreux dossiers ont à nouveau été introduits. Il s'agissait souvent d'un problème de garantie ou de l'impossibilité de passer une commande (en ligne). Les deux secteurs (construction et mobilier) gagneraient à disposer d'une entité qualifiée sectorielle.

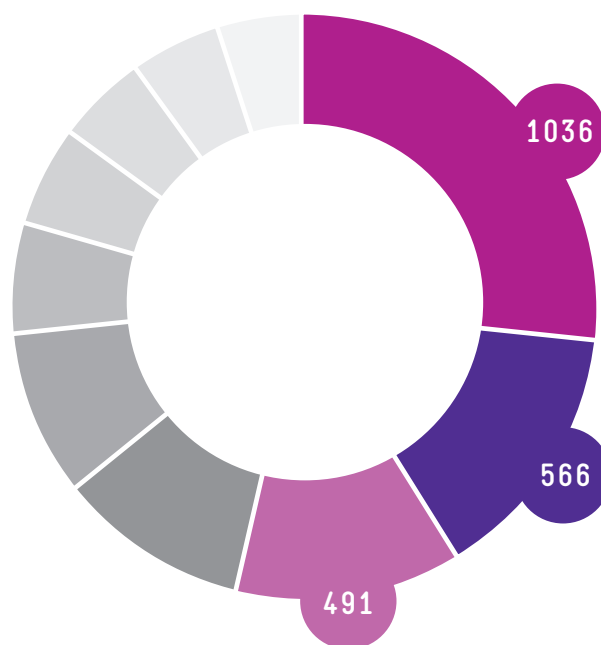
- .....
- 2 De COD hanteert de indeling zoals wordt weergegeven in de aanbeveling van de Europese Commissie van 12 mei 2010 inzake het gebruik van een geharmoniseerde methode voor de indeling en rapportage van consumentenklachten- en vragen.

## 4.7 TOP CATÉGORIES 2021

### a. Statistiques

## Top dix 2021

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Non livré / non fourni	1.036
2	Garantie légale non accordée	566
3	Défauts, dommages causés	491
4	Le produit ne satisfait pas à la commande	403
5	Service après-vente	359
6	Facture injustifiée	236
7	Facture erronée	216
8	Livré/fourni partiellement	195
9	Résiliation du contrat	192
10	Non disponible/inaccessible	190



### Top dix 2020

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Non livré/non fourni	1.038
2	Garantie légale non attribuée	565
3	Défauts, dommages causés	507
4	Service après-vente	331
5	Résiliation du contrat	329
6	Le produit ne satisfait pas à la commande	278
7	Paiements (par exemple, acomptes et délais)	277
8	Facture erronée	267
9	Facture injustifiée	247
10	Livré/fourni partiellement	239

### Top dix 2019

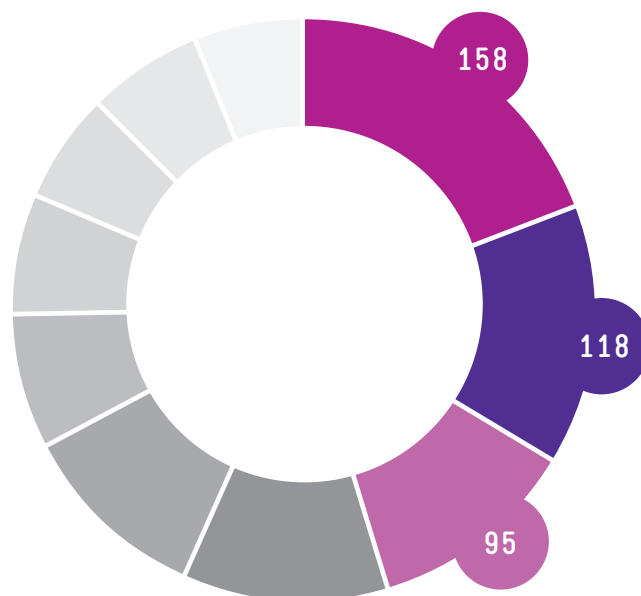
N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Non livré/non attribuée	747
2	Garantie légale non attribuée	534
3	Défauts, dommages causés	528
4	Facture injustifiée	320
5	Ne satisfait pas à la commande	274
6	Facture erronée	263
7	Livré/fourni partiellement	207
8	Résiliation du contrat	174
9	Paiements (par exemple Acomptes et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

## 4.8 TOP DIX ENTREPRISES<sup>3</sup>

### a. Statistiques

## Top dix 2021

N°	ENTREPRISE	DOSSIERS
1	Brussels Airlines	158
2	Krëfel	118
3	Meubis – Merakia	95
4	Coolblue	93
5	Basic-fit Belgium	88
6	Samsung electronics Benelux b.v.	60
7	Lommelen	55
8	Centrum voor Avondonderwijs	51
9	Fnac Belgium	51
10	TUI airlines Belgium	49



### Top dix 2020

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

### Top dix 2019

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

3. Ces chiffres ne concernent que les entreprises belges. Le Service de Médiation pour le Consommateur n'est pas compétent pour les litiges impliquant des entreprises étrangères.

## b. Commentaire

Cette statistique montre les entreprises à l'encontre desquelles le plus grand nombre de dossiers ont été ouverts en 2021. Il n'est pas vraiment surprenant que les grandes entreprises connues figurent dans ces statistiques. Plus une entreprise effectue de transactions, plus il est probable qu'elle ait des litiges avec les consommateurs.

Les deux grandes compagnies aériennes belges<sup>4</sup> génèrent traditionnellement beaucoup de dossiers. Cette année encore, Brussels Airlines est en tête de liste avec 158 dossiers. Ce qui représente toutefois 89 de moins que l'année dernière. Tui Airlines a fait beaucoup mieux à cet égard en 2021, ce qui mérite d'être souligné. En 2021, nous n'avons reçu que 49 dossiers contre cette compagnie aérienne. En 2020, il y en avait encore 115.

Le top 10 comprend également un certain nombre d'entreprises actives sur le marché du commerce électronique (Kräfel, Coolblue, Lommelen, Samsung, Fnac) qui ne sont pas membres de l'Ombudsman du commerce. Il serait toutefois préférable et plus transparent pour tous les acteurs qu'ils rejoignent l'entité qualifiée qui correspond le mieux à leur secteur.

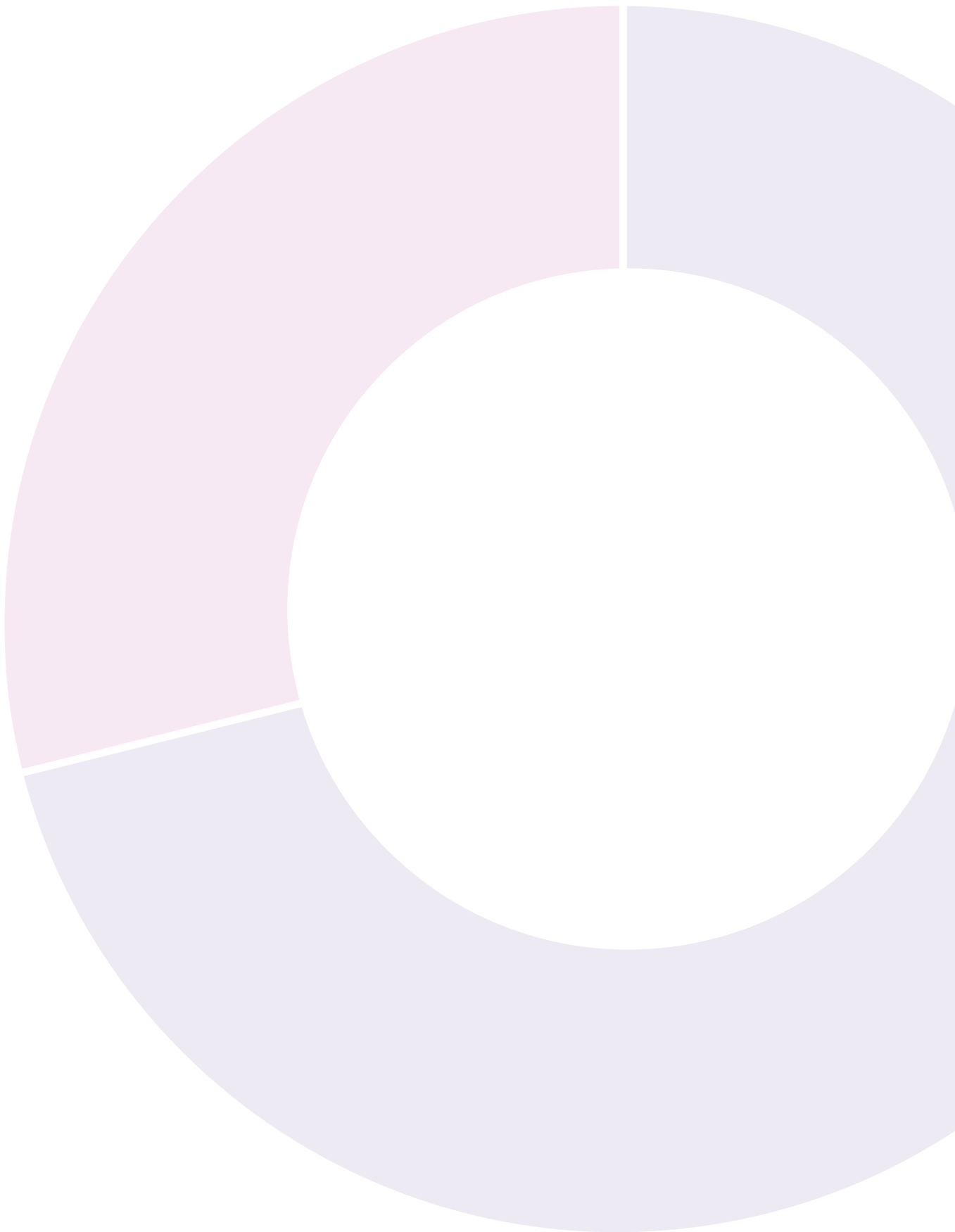
En 2021, le Service de Médiation pour le Consommateur a également reçu un nombre frappant de dossiers contre Meubis, un magasin de meubles. Un grand nombre de ces dossiers ont trait au défaut de livraison. Le Service de Médiation pour le Consommateur demande à cette société d'apporter plus de clarté à ses clients concernant les délais de livraison et d'éviter de susciter de fausses attentes.

## 4.9 TEMPS MOYEN DE TRAITEMENT DES DOSSIERS

### La durée moyenne de traitement d'un dossier était de 59 jours en 2021,

soit 4 jours de plus qu'en 2020, mais toujours bien en deçà du délai légal de 90 jours. Il s'agit d'un très bon résultat, compte tenu de la charge de travail encore élevée au SMC.

.....  
4 Le Service de Médiation pour le Consommateur n'est pas compétent pour les litiges avec les compagnies aériennes étrangères.



# 5

## PROBLÈMES SYSTÉMATIQUES

« Une communication claire et transparente est très importante et peut éviter de nombreux litiges. »



### 5.1 CHANGEMENTS DE PRIX

#### 5.1.1 Exemples

##### Exemple 1

M. S. a conclu un contrat avec la société D. pour la fourniture et la pose de volets roulants pour un prix de 1.597€. La société a ensuite réalisé qu'elle avait utilisé les mauvais prix et a envoyé une nouvelle offre à M. S., cette fois pour 2.327 €. M. S. n'était pas d'accord et a proposé d'effectuer les travaux pour un prix de 1.962 €. L'entreprise a rejeté cette proposition et le consommateur a demandé une médiation au SMC.

Le SMC n'a toutefois obtenu aucune coopération de la part de l'entreprise et a clôturé le dossier avec une recommandation, en se rappelant l'accord initial qui avait été conclu. L'entreprise avait en effet soumis un devis qui avait été accepté par le consommateur,



faisant de la sorte naître un contrat juridiquement valable. Le prix convenu est contraignant pour les parties. Le consommateur pouvait raisonnablement supposer que le prix était correct et qu'il n'y avait pas d'erreur manifeste de la part de l'entreprise. En outre, le consommateur avait fait une offre équitable dans la direction des souhaits de l'entreprise. L'entreprise n'a pas répondu à cette recommandation.

### Exemple 2

Monsieur B. a reçu un devis en juin 2020 pour la fourniture et la pose de marches et d'un mur de soutènement dans le jardin. M. B. a accepté le devis et a versé un acompte de 1.500 €. Aucune clause de conditions générales n'a été fournie. Lorsque le consommateur a contacté l'entreprise pour fixer une date de livraison, il s'est avéré que le prix des matières premières avait augmenté et que le prix des matériaux commandés augmenterait en conséquence.

M. B. n'a pas accepté l'augmentation de prix et a demandé que les matériaux soient livrés au prix convenu. Comme il n'y avait aucune perspective de solution mutuelle près d'un an après la conclusion du contrat et que M. B. n'avait plus confiance en l'entreprise, il a décidé de résilier le contrat et de demander le remboursement de son acompte. Lorsque cette demande a également été refusée, le SMC a tenté de trouver une solution à ce différend.

Le SMC n'a pu obtenir aucune coopération de la part de l'entreprise et a décidé de clôturer le dossier avec une recommandation. Compte tenu du peu de documents dont disposait le SMC, il était difficile d'évaluer le fond du litige. Dans sa recommandation, le SMC a rappelé que les modifications unilatérales apportées au contrat au détriment du consommateur ne sont pas autorisées en l'absence d'une clause d'augmentation des prix. Le consommateur doit avoir au minimum la possibilité de résilier le contrat sans frais si une condition essentielle (comme le prix) est modifiée unilatéralement. Il n'y a pas eu de réponse à cette recommandation.

### Exemple 3

M. K. a reçu une offre pour la livraison et l'installation d'un adoucisseur d'eau, qu'il a acceptée. Certains produits et pièces n'étaient pas mentionnés dans le devis, mais ont été facturés par la suite. M. K. n'était

pas d'accord avec ces coûts supplémentaires repris sur la facture et n'était disposé à payer que le prix figurant sur le devis.

Après la médiation du Service de Médiation pour le Consommateur, la société a offert un entretien gratuit et 100 kilos de sel en guise de compensation. Le surcoût sur la facture a bien été maintenu. M. K. a accepté et le dossier a été clôturé par une solution à l'amiable.

### 5.1.2 Discussion

Un contrat est conclu lorsque les parties s'accordent sur les éléments essentiels du contrat, notamment la description du service à fournir et le prix. Ce prix doit également être le prix total à payer, frais administratifs, taxes, etc. compris. Les parties sont liées par le contrat. Un contrat est généralement conclu par l'acceptation d'une offre, cette offre étant la proposition d'une entreprise à un consommateur. Si cette offre est acceptée, un contrat naît.

L'année dernière, de nombreuses entreprises du secteur de la construction ont subi une augmentation du prix des matières premières. Cependant, une fois qu'un contrat a été signé, il ne peut pas être modifié unilatéralement et ces augmentations de prix ne peuvent pas être simplement répercutées sur le consommateur. Lorsque le contrat a été signé, mais pas encore exécuté, l'entreprise se retrouve souvent face à un dilemme.

Une entreprise peut s'en prémunir en incluant dans ses conditions générales une clause de révision des prix que le consommateur doit explicitement accepter. Une augmentation unilatérale des prix n'est pas possible en l'absence d'une telle clause.

Cette clause de révision de prix doit inclure des paramètres objectifs sur la base desquels le nouveau prix peut être déterminé (tels que le prix des matériaux, du carburant ou d'autres coûts). La révision du prix ne doit également porter que sur les coûts pertinents et non sur le montant total des travaux.

Si la prestation est retardée pour cause de force majeure (par exemple, l'apparition d'une pandémie)



et que les prix des matières premières ont augmenté entre-temps, l'entreprise doit être en mesure de prouver objectivement que le prix des différentes matières premières a augmenté. Si le retard est dû à une faute de l'entreprise, la clause de révision de prix ne peut être invoquée.

L'année dernière, le SMC a reçu peu de coopération constructive dans ces dossiers, raison pour laquelle ils ont souvent été clôturés par une recommandation. Lorsque les parties souhaitent coopérer de manière constructive, nous parvenons souvent à un règlement à l'amiable. Le SMC souligne que la médiation ne peut être couronnée de succès que si les deux parties coopèrent de manière constructive à la procédure.

### 5.1.3 Points d'attention

Le SMC note que ces litiges surviennent généralement parce que l'une des parties ne respecte pas (les conditions générales prévues dans) le contrat. Toutefois, les contrats légalement conclus sont et restent contraignants pour les parties et doivent être exécutés de bonne foi.

À l'échelle mondiale, nous sommes confrontés à des hausses de prix inattendues. La situation n'est pas différente en Belgique. Nous ne saurions donc trop insister sur l'importance d'accords contractuels et de conditions générales claires. Le SMC souhaite rappeler sans cesse aux entreprises qu'une communication claire et transparente est très importante et peut éviter des discussions.

Enfin, le SMC souhaite encourager les entreprises à participer à la procédure de conciliation. Il est regrettable qu'une partie des dossiers ne puisse être résolue en raison d'un manque de coopération. Le SMC appelle toutes les entreprises de construction à unir leurs forces pour créer un nouveau Service de Médiation pour la Construction.

## 5.2 SERVICES DE RÉPARATION

### 5.2.1 Exemples

#### Exemple 1

Mme D. a contacté la société H. car elle avait un problème avec son lave-vaisselle. Un technicien est passé et a constaté que la pompe était défectueuse. Afin de résoudre la panne, il convenait de commander une nouvelle pompe, ce qui fit l'entreprise. Mme D. a versé 79 euros en espèces au réparateur, mais n'a ensuite plus eu de nouvelles de la société. Finalement, Mme D. a pris l'initiative de contacter la société et a fixé un nouveau rendez-vous. Cependant, l'entreprise ne s'est pas présentée au rendez-vous et ne s'est plus manifestée.

La consommatrice a contacté le Service de Médiation pour le Consommateur afin de tenter de trouver une solution à ce litige. Malheureusement, cette démarche n'a pas abouti non plus, car l'entreprise n'a pas voulu coopérer. Dans la recommandation formulée par le SMC, l'obligation d'atteindre un certain résultat a été soulignée. Le SMC a donc jugé indispensable que l'entreprise tienne ses promesses en réparant et en installant la pompe, ou en remboursant (une partie de) l'intervention à la consommatrice.

#### Exemple 2

M. C. a contacté la société M. pour une réparation urgente de son lave-vaisselle. L'entreprise a alors contacté un autre réparateur afin d'effectuer le travail. Ce réparateur a affirmé que la réparation serait très difficile, et en tout cas plus coûteuse que l'achat d'un nouvel appareil. M. C. a suivi ce conseil et a procédé à l'achat d'un nouveau lave-vaisselle. Il a réglé l'intervention du réparateur, mais l'entreprise lui avait promis que cette somme serait déduite du prix d'achat du nouveau lave-vaisselle.

Le consommateur a reçu son nouveau lave-vaisselle dès le lendemain, mais d'une marque et d'un type différents de ceux qu'il avait commandés. En outre, aucune facture ou preuve d'achat ne lui a été fournie, si bien que le consommateur n'a pas pu vérifier si le prix de l'intervention précédente avait bien été déduit du prix total.

Le Service de Médiation pour le Consommateur n'a pas pu trouver de solution au litige, toujours en raison du manque de coopération de la société. Le consommateur s'était accommodé du type et de la marque du lave-vaisselle livré, mais il souhaitait recevoir une facture détaillée. La recommandation formulée par le SMC insistait donc sur ce point.

### Exemple 3

M. S. a fait appel à la société G. pour réparer sa porte. Aucun accord préalable n'a été pris et le consommateur n'a reçu aucune spécification, offre ou indication de prix.

Après l'intervention, M. S. a reçu une facture dont le montant s'est avéré être un multiple de à ce que l'on pouvait raisonnablement s'attendre pour une telle intervention. Le consommateur a contesté cette facture qu'il ne pouvait pas accepter. L'entreprise n'a toutefois pas souhaité reconsidérer la question et le dossier a donc abouti au Service de Médiation pour le Consommateur.

Le SMC a rappelé à l'entreprise ses obligations d'informations précontractuelles prévues par le livre VI du Code de droit économique. L'entreprise doit fournir des informations au consommateur de manière claire et compréhensible afin que ce dernier puisse faire un choix éclairé et réfléchi et ne soit pas confronté à des surprises. Si le prix exact ne peut être donné, l'entreprise doit être en mesure de fournir une estimation raisonnable.

Confrontée à ces règles, l'entreprise a décidé de procéder à un remboursement partiel de l'intervention et ce dossier a été clôturé sur une note positive.

## 5.2.2 Discussion

Le SMC constate souvent que les entreprises ne respectent pas leurs obligations d'informations précontractuelles et que les consommateurs se retrouvent ainsi confrontés à des factures auxquelles ils ne s'attendaient pas. Cependant, le principe est éminemment clair : en concluant des accords préalables et clairs, on peut éviter les difficultés par la suite. En outre, les prix pratiqués par l'entreprise doivent

être les prix totaux à payer, taxes, frais de port, etc. compris.

Il convient également d'établir un bon de commande lorsqu'un acompte a été versé et que la livraison est reportée. En outre, l'entreprise est tenue de fournir gratuitement une preuve de paiement à tout consommateur qui en fait la demande.

En matière de réparations, il ne s'agit pas seulement de la facture, mais aussi du résultat des travaux. Dans de tels cas, les entreprises ont souvent une obligation de résultat et non une obligation d'agir au mieux de leurs capacités. Les entreprises doivent donc garantir le résultat final. Si ce résultat n'est pas atteint, la non-exécution l'entreprise est établie, à moins qu'elle ne puisse prouver que ce n'est pas de sa faute si le résultat n'a pas été atteint et qu'il existe donc une cause extérieure. Plus la mission est technique, plus grand est le risque de rencontrer des facteurs qui ne soient pas imputables au technicien. À cet égard, la qualification d'obligation de résultat doit donc être nuancée.

S'il existe une obligation de résultat, le consommateur ne devra payer que si le résultat est atteint, sous réserve des exceptions décrites ci-dessus.

### 5.2.3 Points d'attention

Dans les cas de services de réparation (d'urgence), nous ne recevons souvent aucune coopération de la part des entreprises. Lors de l'évaluation de tels dossiers, le SMC ne peut donc prendre en compte que les faits tels qu'ils ont été présentés par le consommateur. Une évaluation approfondie et une médiation de qualité sont donc impossibles.

Il est indispensable de rappeler à toutes les parties l'importance d'accords clairs, corrects et précontractuels. Un accord téléphonique rapide qui ne peut être prouvé peut déboucher sur de mauvaises surprises par la suite. Une information transparente reste également très importante après l'exécution des travaux. Une facture lisible et détaillée constitue un élément de preuve important pour les deux parties.



Enfin, le SMC souhaite inviter l'Inspection économique à prendre des mesures plus efficaces contre les services de réparation délibérément malhonnêtes qui exigent des paiements (en espèces) très élevés pour des travaux mal exécutés. Ce problème a déjà été largement abordé dans les rapports annuels précédents, mais nous devons malheureusement conclure que ces pratiques se poursuivent.

## 5.3 CONDITIONS GÉNÉRALES

### 5.3.1 Exemples

#### Exemple 1

Au cours de l'année, le Service de Médiation pour le Consommateur a reçu plusieurs dossiers à l'encontre de sociétés de titres-services. Les plaintes concernaient la décision de ces sociétés de facturer des frais administratifs périodiques à leurs clients. De nombreux consommateurs se sont demandé si cette pratique était permise. Le SMC a sollicité une réaction des entreprises pour chaque dossier, et elles ont exposé leurs motivations et leur méthode de travail.

Dans ces dossiers, le SMC a examiné si la législation sur la consommation était respectée. Si, après avoir conclu un contrat, une entreprise souhaite facturer un supplément ou modifier d'autres conditions, le consommateur doit en être informé au préalable et, s'il n'est pas d'accord avec cette modification unilatérale, il doit également avoir la possibilité de résilier le contrat sans frais. Les consommateurs ne peuvent être liés par des conditions ou des coûts qu'ils n'ont pas acceptés.

Les conditions générales que le SMC a examinées étaient toutes légales et correctes. Ceci a également été communiqué aux consommateurs.

#### Exemple 2

Mme E. avait souscrit un abonnement auprès d'un centre de remise en forme. Ce contrat prévoyait une période d'adaptation au terme de laquelle le contrat pouvait être résilié à l'issue de trois mois si un nombre minimum de sessions avait été consommé. Si le contrat n'était pas résilié pendant cette période

d'adaptation, il était automatiquement converti en un contrat d'un an. Cependant, l'entreprise avait modifié ses horaires d'ouverture pendant la période d'adaptation. Les plages horaires pendant lesquelles les abonnés pouvaient venir pratiquer du sport avaient été réduites de manière drastique. Il devenait donc plus difficile pour les consommateurs de suivre le nombre de sessions requises. À la fin de la période d'adaptation, la consommatrice n'avait pas suivi suffisamment de séances pour remplir la condition de résiliation. Néanmoins, elle souhaitait mettre fin au contrat.

La consommatrice a alors introduit un dossier auprès du SMC. Cependant, au cours de la médiation, l'entreprise n'a pas souhaité revoir sa position et a exigé que la consommatrice paie le reste de l'abonnement. Le SMC a considéré que les horaires d'ouverture du centre de remise en forme constituaient une partie essentielle du contrat et ne pouvaient donc pas être modifiés unilatéralement. Selon le SMC, si ce changement rendait le respect des termes du contrat très difficile pour la consommatrice, cette dernière était en droit de résilier le contrat sans frais. C'est également la recommandation qui a été soumise aux parties. Malheureusement, le centre de fitness n'a pas suivi cette recommandation.

#### Exemple 3

M. D. a acheté un réfrigérateur en ligne, qui lui a été livré mais M. D. ne l'a pas déballé immédiatement. Lorsqu'il l'a déballé quelques jours plus tard, il a constaté qu'il y avait une bosse dans la porte du réfrigérateur. Il a contacté le vendeur, mais celui-ci a refusé de résoudre le problème. Les conditions générales de la société stipulaient que les dommages aux articles devaient être signalés dans les vingt-quatre heures suivant la livraison. Par conséquent, l'entreprise estimait que le consommateur ne pouvait pas invoquer la garantie légale.

Le consommateur n'était pas d'accord et a fait appel au SMC qui estimait que l'entreprise agissait à l'encontre de la loi. Les règles relatives à la garantie légale prévoient en effet que l'acheteur doit soumettre sa requête au vendeur dès que le défaut est découvert et ce, dans un délai raisonnable. Le droit de la consommation interdit également aux entreprises de restreindre les droits légaux des consommateurs.

Dans cette situation, le SMC a considéré que la notification avait été faite dans le délai prescrit, à savoir quelques jours après la livraison et, en tout état de cause, dès la découverte du dommage. Ce point a été clarifié auprès de l'entreprise, qui a fini par remplacer gratuitement le panneau de porte.

#### Exemple 4

M. J. a fait appel à un entrepreneur pour la fourniture de béton. Une offre de prix a été signée. Les travaux ont été réalisés quelque temps plus tard. Par la suite, l'entrepreneur a envoyé une facture dans laquelle le prix des matériaux avait été augmenté. Le consommateur n'était pas d'accord et a soumis un dossier au SMC.

Le SMC a pris contact avec l'entrepreneur. Ce dernier a indiqué que l'augmentation des prix des matières premières justifiait cette hausse des prix. En outre, les conditions générales, auxquelles le consommateur a adhéré, contenaient une clause permettant une adaptation du prix en cas d'augmentation des coûts. Le SMC a estimé que l'augmentation de prix était conforme aux conditions légales et en a informé le consommateur.

### 5.3.2 Discussion

Les conditions générales constituent un élément clé dans de nombreux cas, elles ne sont généralement pas la cause d'un litige mais contiennent des règles et des modalités dont il faut tenir compte. L'expérience montre que les consommateurs ignorent souvent ces règles. En fait, il n'est pas nécessaire de mentionner que la grande majorité des consommateurs ne lisent jamais les conditions générales, même s'ils les acceptent souvent explicitement (par exemple, lors d'une transaction en ligne). Si un litige survient, ces conditions entrent en jeu.

La description des circonstances d'une médiation varie selon les conditions générales. Parfois, il suffit que le SMC confirme que les conditions sont correctes et conformes à la loi. Le consommateur en prend alors acte. D'autre part, il arrive aussi que des entreprises violent leurs propres conditions, par exemple en ne respectant pas les délais ou les méthodes de calcul prescrits. Dans ce cas, c'est le consommateur qui

exige le respect des conditions générales établies par l'entreprise.

Dans des cas exceptionnels, les conditions générales elles-mêmes sont à l'origine du problème. Par exemple, si elles violent explicitement ou implicitement la loi. Nous visons ici en particulier les clauses qui restreignent de manière déraisonnable les droits des consommateurs ou qui constituent une clause illicite. Dans ce cas, l'attention de l'entreprise est toujours attirée sur ce point car, en principe, ces conditions sont nulles et non avenues et doivent être modifiées.

### 5.3.3 Points d'attention

Avant de conclure un contrat, les entreprises doivent informer clairement leurs clients des conditions applicables. D'autre part, les consommateurs doivent également vérifier et accepter activement ces conditions. Le SMC est conscient qu'il est difficile de lire tous les petits caractères dans tous les cas. Mais en cas de contrat majeur ou important (travaux de construction, achats plus coûteux, etc.), il est recommandé de le faire. Ce faisant, il faut au moins vérifier les dispositions les plus pertinentes et, le cas échéant, demander des précisions à l'entreprise. Cela peut en effet éviter des surprises et des litiges.

D'autre part, les entreprises doivent veiller à ce que leurs conditions générales soient correctes, conformes à la loi et claires. Tant les consommateurs que les entreprises gagnent à disposer de règles contractuelles claires et considérées comme équilibrées. Les conditions générales doivent donc être accessibles et rédigées dans une langue compréhensible. En outre, les contrats et les conditions doivent respecter la loi, notamment les articles VI.82 et suivants du Code de droit économique (qui contiennent la liste noire des clauses illicites).

Enfin, nous pouvons recommander au législateur de continuer à fournir un cadre juridique accessible et compréhensible pour les entreprises. On attend à juste titre des entreprises qu'elles fournissent des informations suffisantes aux consommateurs. Cependant, ces obligations d'information sont éparpillées dans différents textes législatifs, si bien qu'il n'est pas toujours



aisé d'avoir une vue d'ensemble des règles auxquelles doivent se conformer les dispositions et conditions d'information. C'est un problème en particulier pour les plus petites entreprises qui ne disposent pas du personnel et des ressources nécessaires pour suivre les dispositions réglementaires.

## 5.4 RÉPARATIONS SOUS GARANTIE PAR DES ENTREPRISES EXTÉRIEURES

### 5.4.1 Exemples

#### Exemple 1

Mme L. a acheté un fer à repasser à vapeur dans une chaîne de magasins. Lorsqu'elle a commencé à l'utiliser, elle a remarqué que le fer fuyait au lieu de générer de la vapeur. L'appareil a été apporté au magasin et envoyé en réparation. Après un certain temps, le magasin l'a informée qu'il ne pouvait pas effectuer la réparation sous garantie. Selon l'atelier de réparation, il y avait une odeur particulière dans le réservoir d'eau, ce qui, selon eux, indiquait que la consommatrice avait utilisé un liquide autre que de l'eau, ce qui était considéré comme un usage erroné, empêchant l'application de la garantie légale. La consommatrice n'était pas d'accord et a déposé une plainte auprès du SMC.

Au cours de la procédure auprès du SMC, l'entreprise a également maintenu sa position en suivant le rapport du service de réparation. La consommatrice a contesté avoir utilisé l'appareil de manière incorrecte. Alors que la discussion se poursuivait, la consommatrice a acheté un nouvel appareil dans un autre magasin. Le dossier a été clôturé sans solution.

#### Exemple 2

M. P. a apporté son ordinateur portable pour une réparation sous garantie. L'appareil avait un problème de surchauffe et un ventilateur défectueux. Le magasin a envoyé l'ordinateur portable à une entreprise de réparation externe. Le consommateur a été informé que la réparation ne pouvait être effectuée car elle serait trop importante et trop coûteuse. Le consommateur a été invité à payer les frais d'analyse pour récupérer son ordinateur portable. M. P. n'était pas satisfait de cette procédure et a fait appel au SMC.

Le SMC a contacté l'entreprise pour obtenir de plus amples explications. Entre-temps, le consommateur avait payé les frais d'analyse pour récupérer son ordinateur portable. La société a déclaré qu'il y avait eu un manque de communication entre elle et le service de réparation. Apparemment, le ventilateur avait finalement été réparé. Le consommateur a testé l'ordinateur portable et a pu confirmer que le problème avait été résolu. À la demande du SMC, les frais d'analyse réglés ont également été remboursés au consommateur.

#### Exemple 3

Une partie de l'embout de l'aspirateur de M. A. s'est cassée. Cet aspirateur avait été acheté plus de deux ans auparavant, mais il était encore couvert par une garantie commerciale et que M. A. pouvait encore invoquer. Il apporta l'aspirateur au magasin, qui l'envoya au service de réparation du fabricant. Peu après, le consommateur reçut un message selon lequel le service de réparation estimait qu'une réparation était impossible. Il allait recevoir un bon de valeur correspondant à la valeur résiduelle de l'aspirateur, l'appareil étant conservé par le service de réparation. Le consommateur n'était pas d'accord, car il s'attendait à une réparation qui n'était pas impossible à ses yeux. En outre, le montant du bon de valeur était bien trop faible pour acheter un nouvel aspirateur. Il fit appel au SMC pour une médiation.

Le SMC a contacté la société. Après quelques recherches, il s'est avéré que les pièces de rechange pour ce type d'aspirateur étaient encore disponibles, une réparation pouvait difficilement être qualifiée d'impossible. Cela a été communiqué à l'entreprise et il lui a été demandé de reconsidérer sa position. La société a accepté de procéder à un échange et a mis un nouvel aspirateur à la disposition du consommateur.

#### Exemple 4

M. V. avait des problèmes avec son smartphone, l'écran était soudainement devenu noir rendant l'appareil inutilisable. Il a renvoyé l'appareil au vendeur, qui l'a transmis à un service de réparation externe. Le service de réparation a déclaré que le port de charge était endommagé par l'humidité et a donc refusé de le réparer sous garantie. Le magasin en a informé le consommateur. Ce dernier n'étant pas

d'accord avec cette position, il a déposé une plainte auprès du SMC.

Une tentative de médiation a été entreprise afin de trouver une solution. Cependant, la société a maintenu sa position selon laquelle elle n'était tenue à aucune réparation sous garantie. Le SMC a demandé le rapport du service de réparation et a reçu une brève description des dégâts causés par l'humidité, ainsi que quelques photos. Selon le consommateur, les photos ne démontraient pas qu'il s'agissait de son appareil. Il a contesté la sincérité de l'entreprise. En raison des faits invérifiables, le SMC n'a pas pu procéder à une médiation pour trouver une solution et le dossier a dû être classé.

#### 5.4.2 Discussion

Les cas cités illustrent un problème spécifique : un consommateur réclame l'application de la garantie légale à un vendeur, qui sous-traite l'analyse et la réparation à un service de réparation externe. Sur la base de l'évaluation du service de réparation, le vendeur prend une position qui est ensuite communiquée au consommateur. Si la garantie est refusée, la discussion s'engage parce que les consommateurs ne sont pas d'accord avec les conclusions citées. De plus, dans ce cas, ils doivent souvent s'acquitter de frais pour récupérer leur appareil.

Ces dossiers donnent souvent lieu à des discussions factuelles où il est presque impossible de déterminer la cause d'un défaut. Cette situation est typique de certains cas de garantie. Mais la situation est rendue plus difficile lorsque le vendeur s'appuie presque exclusivement sur l'avis d'un tiers. D'autre part, il n'est pas possible pour les consommateurs d'entrer en discussion directe avec les services de réparation ou d'en réfuter les conclusions. Dans ces cas, le SMC tente de trouver un accord à l'amiable sous la forme d'une réduction des coûts ou d'un geste commercial. Toutefois, cette démarche n'est pas toujours couronnée de succès.

#### 5.4.3 Points d'attention

Le SMC note que dans ces cas, les entreprises (services de réparation et vendeurs) fournissent peu d'informations et prennent des décisions de manière unilatérale. Si un vendeur estime qu'un défaut n'est pas couvert par la garantie, il est nécessaire d'en indiquer clairement les raisons. C'est certainement le cas pendant les six premiers mois suivant l'achat, car la charge de la preuve incombe alors au vendeur.

Les vendeurs adoptent souvent une attitude selon laquelle ils se montrent liés par le jugement des services de réparation. Il ne fait aucun doute qu'ils ont des accords et des contrats avec les réparateurs et les fabricants. Mais la garantie légale fait clairement peser sur le vendeur la responsabilité de livrer un produit conforme. Ils ne doivent pas se cacher derrière l'opinion d'une tierce partie. Ils doivent fournir un service de qualité et une solution correcte si un consommateur souhaite invoquer la garantie légale.

En conclusion, le SMC souligne que les consommateurs doivent prendre les précautions nécessaires. La garantie légale ne s'applique pas en cas de dommages dus à l'utilisation, etc. Lorsqu'un produit est renvoyé pour analyse et réparation, il est conseillé d'inclure toute la documentation et les informations nécessaires et d'argumenter pourquoi, selon le consommateur, le produit devrait être sous garantie.

### 5.5 LIVRAISONS

#### 5.5.1 Exemples

##### Exemple 1

Mme J. a commandé un nouveau fauteuil auprès d'une entreprise de meubles le 24 juillet 2020 pour un montant de 1.160 euros. Elle a immédiatement reçu une confirmation de commande indiquant que la livraison était prévue entre la semaine 42 et la semaine 46 de 2020.

Le fauteuil de la consommatrice n'ayant pas été livré dans le délai imparti, elle a demandé à plusieurs reprises à l'entreprise où en était la livraison, mais n'a pas reçu de réponse.



Le 22 décembre 2020, la consommatrice s'est rendue à l'entreprise pour en savoir plus. Lorsque Mme J. a fait remarquer à un employé que le délai était dépassé, celui-ci lui a répondu, sur un ton que la consommatrice a jugé « agressif », que l'entreprise était confrontée à d'importants retards en raison de la pandémie et qu'elle ne pouvait être tenue pour responsable.

Le 5 janvier 2021, alors que Mme J. n'avait toujours pas reçu sa commande, elle a déposé un dossier auprès du SMC afin de demander le remboursement de la somme versée. À la suite de l'intervention du Service de Médiation pour le Consommateur, la société a remboursé le montant versé.

### Exemple 2

Le 12 février 2021, M. H. a commandé au magasin G. une chaise de bureau pour enfant pour un montant de 86 €. La livraison était annoncée pour le 3 mai 2021, mais n'a finalement pas eu lieu. Après plusieurs appels téléphoniques restés sans réponse, M. H. a envoyé une lettre recommandée à la société le 7 octobre 2021, lui demandant de rembourser le montant de 86€ sur son compte.

N'ayant pas non plus reçu de réponse à cette lettre, le consommateur a fait appel au Service de Médiation pour le Consommateur. La société a répondu, promettant que la livraison aurait lieu d'ici le 9 novembre 2021. Cependant, aucune livraison n'a eu lieu ce jour. Depuis lors, il n'y a plus eu de communication du tout.

Le Service de Médiation pour le Consommateur n'a donc pas été en mesure d'apporter une solution et a rédigé une recommandation, insistant sur un remboursement immédiat du montant payé par le consommateur. Il n'y a pas eu de réponse à cette recommandation.

### 5.5.2 Discussion

Les consommateurs continuent d'acheter en ligne. Une augmentation des achats en ligne a été observée au cours de la première année de la pandémie et s'est poursuivie en 2021. Le Service de Médiation pour le Consommateur a reçu 1063 dossiers concernant

des livraisons non réalisées, des retards et des colis endommagés.

Dans ces cas, les parties ignorent souvent quelles sont les relations contractuelles ni avec qui elles les engagent. Par exemple, l'entreprise pense souvent que le consommateur est responsable de la perte ou de l'endommagement du colis, ou le consommateur poursuit le coursier pour obtenir un remboursement pour un colis qui n'a jamais été livré.

Le Service de Médiation pour le Consommateur souligne que, dans la plupart des cas, il existe uniquement un lien contractuel entre le consommateur et le vendeur et non entre le consommateur et le service de livraison de colis. Par conséquent, si le colis arrive trop tard ou pas du tout à destination, le consommateur doit d'abord s'adresser au vendeur. Le vendeur supporte le risque jusqu'à ce que le consommateur prenne possession du colis. Le vendeur, à son tour, peut demander des comptes à la société de transport de colis responsable de ses livraisons, découvrir où se situe le problème et envisager quelle solution peut être trouvée.

Enfin, le SMC note que les vendeurs se cachent souvent derrière la « force majeure corona » pour ne pas livrer ou pour livrer avec de très longs retards. Qu'il y ait des problèmes avec les fabricants et les fournisseurs (ou sous-traitants) est compréhensible, mais les consommateurs doivent néanmoins en être clairement informés. Il est préférable d'être transparent plutôt que de créer de fausses attentes.

### 5.5.3 Points d'attention

À moins que les parties n'aient convenu d'un autre délai, la livraison entre un consommateur et une entreprise doit avoir lieu dans les 30 jours. Dans le cas contraire, le consommateur lui enjoint d'effectuer la livraison dans un délai supplémentaire adapté aux circonstances. Si la livraison n'est pas effectuée même à ce moment-là, le consommateur a le droit de résilier le contrat sans frais.

Le Service de Médiation pour le Consommateur rappelle ces cinq conseils du SPF Économie à l'attention des consommateurs :



- Réfléchissez bien aux options de livraison proposées par l'entreprise ;
- Vérifiez quel est le service d'expédition de colis choisi par l'entreprise ;
- Vérifiez si vous avez des frais supplémentaires pour le transport ;
- Soyez complets lorsque vous remplissez vos coordonnées.
- Vérifiez le contenu du colis immédiatement à la livraison. En cas de problème, refusez le colis et indiquez le motif du refus.

## 5.6 ÉVÉNEMENTS ET ACTIVITÉS RÉCRÉATIVES

### 5.6.1 Exemples

#### Exemple 1

En septembre 2020, M. J. a acheté deux billets pour le concert de son chanteur préféré pour un montant total de 138 EUR. Toutefois, en raison de la pandémie, le concert a été reporté à deux reprises. La billetterie a contacté les détenteurs de billets et les a informés qu'ils pouvaient utiliser leur billet pour le prochain concert du 21 mars 2022. M. J. n'était pas satisfait de cette solution car les dates ne lui convenaient pas et il ne voulait plus assister à aucun concert. Il a demandé à plusieurs reprises le remboursement intégral de ses billets, mais n'a reçu aucune réponse de la société.

Grâce à l'intervention du SMC, l'entreprise a finalement remboursé les billets de concert et le dossier a été clôturé par un règlement à l'amiable.

#### Exemple 2

En mars 2021, Mme D. s'est inscrite en ligne à un cours de couture et s'est acquittée des 400 euros. Le cours devait avoir lieu en mai. Toutefois, l'entreprise a été contrainte d'annuler le cours en raison de la pandémie. Mme D. a contacté la société pour demander le remboursement de ses frais d'inscription, mais la société a refusé. Selon la société, la consommatrice devait prouver qu'elle ne pourrait pas assister aux cours pendant une période de 3 ans et 2 mois, conformément à l'arrêté ministériel du 14 septembre 2020 relatif aux activités à caractère privé et public, de

nature culturelle, sociale, festive, folklorique, sportive et récréative.

Le SMC n'a pas non plus pu trouver de solution à ce litige, les deux parties maintenant leur position. Par la suite, le Service de Médiation pour le Consommateur a formulé une recommandation en faveur du consommateur. L'arrêté ministériel du 14 septembre 2020 a en effet été adopté afin de protéger le secteur événementiel des problèmes financiers résultant de la crise du coronavirus. D'après le texte et le préambule de l'arrêté, il est clair qu'il ne s'applique qu'aux événements. En effet, il est systématiquement fait référence à des concepts tels que « le secteur des événements », « les organisateurs », « le nombre de spectateurs », « le billet d'entrée », « la participation au nouvel événement », etc.

Bien qu'un cours de couture puisse en soi être considéré comme une activité de nature récréative, le SMC a jugé que, compte tenu de ce qui précède, il ne pouvait entrer dans le champ d'application de l'arrêté ministériel du 14 septembre 2020. Par conséquent, Mme D. était en droit de demander le remboursement de ses frais d'inscription. Cependant, l'entreprise n'a pas suivi cette recommandation.

#### Exemple 3

Mme L. a décidé d'inscrire sa fille dans une école de danse et a payé des frais d'inscription de 215 euros. Cependant, en raison de la pandémie, sa fille n'a pas pu assister à certains cours et Mme L. a décidé de demander un remboursement partiel. L'entreprise a refusé, mais a proposé un bon à valoir qui serait valable deux ans, conformément à l'arrêté ministériel du 14 septembre 2020 relatif aux activités à caractère privé et public, de nature culturelle, sociale, festive, folklorique, sportive et récréative. Cette solution n'a pas du tout plu à Mme L., car sa fille ne voulait pas poursuivre les cours de danse à l'avenir.

Selon l'entreprise, l'arrêté ministériel s'appliquait bien à son secteur d'activité et il fallait donc prouver que l'élève était effectivement dans l'impossibilité de participer aux activités à la nouvelle date pour obtenir un remboursement.

Comme pour les cours de couture, le SMC a estimé que l'esprit de l'arrêté ministériel était de protéger



le secteur événementiel et qu'un cours de danse ne relevait donc pas du même champ d'application.

Le SMC a donc émis une recommandation en faveur de la consommatrice et a sommé la société à rembourser les leçons qui n'avaient pas pu avoir lieu en raison des mesures prises en vue de contenir la pandémie. L'entreprise n'a pas répondu à cette recommandation.

### 5.6.2 Discussion

L'arrêté ministériel du 14 septembre 2020 relatif aux activités à caractère privé et public, de nature culturelle, sociale, festive, folklorique, sportive et récréative stipule que lorsqu'une telle activité ne peut avoir lieu en raison de la crise sanitaire, la personne qui organise l'activité a le droit de délivrer un bon à valoir au lieu de procéder à un remboursement. Ce bon doit répondre à certaines conditions. L'activité annulée doit être organisée selon les mêmes caractéristiques essentielles, au même endroit ou à proximité et dans un délai de trois ans et deux mois à compter de la date de l'événement initial. Le bon d'échange a la valeur totale du montant payé pour le billet original. La remise du bon ne peut donner lieu à aucune facturation. Le nouvel événement doit être proposé au même prix pour les détenteurs du bon.

En outre, il convient de mentionner expressément que le bon à valoir a été émis à la suite de la crise sanitaire.

Si toutes ces conditions sont remplies, le consommateur n'a en principe droit au remboursement que s'il peut prouver qu'il ne peut pas assister à l'événement à la nouvelle date. Les caractéristiques qui ont conduit le consommateur à acheter le billet doivent être les mêmes, mais pas nécessairement identiques.

En tout état de cause, ces mesures ont été édictées en vue de protéger le secteur des festivals et événements concernés et ne s'appliquent pas aux cours du soir, aux cours de danse, aux loisirs, etc.



# 6 POINTS D'ATTENTION

« Le Service de Médiation pour le Consommateur fait trois propositions concrètes qui bénéficieraient à l'ADR en Belgique. »

La Belgique a une longue tradition de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. Un médiateur, un conciliateur ou un arbitre impartial recherche activement une solution pour les litiges, qui soit soutenue à la fois par l'entreprise et le consommateur. Depuis la création du Service de Médiation pour le Consommateur en 2015, tout litige de consommation peut être soumis à un organe extrajudiciaire de règlement des litiges.

Aujourd'hui, il existe une bonne structure, avec des principes clairs et transparents :

1. Un consommateur qui a un différend avec une entreprise et qui contacte une entité qualifiée peut obtenir de l'aide rapidement et facilement.
2. Tout litige de consommation peut être soumis à une entité de règlement extrajudiciaire des litiges.
3. Une seule entité qualifiée peut être compétente pour chaque litige de consommation.



## 6.1 DÉVELOPPEMENT DU PAYSAGE DE L'ADR

Néanmoins, nous devons veiller à ce que ces principes restent fermement établis et que des investissements soient consentis dans la poursuite du développement du système de règlement extrajudiciaire des conflits. Le SMC formule trois propositions concrètes à cette fin.

### 1. Création d'un service de médiation couvrant l'ensemble du secteur de la construction et d'un service de médiation pour le secteur de l'ameublement

Le SMC reçoit invariablement de nombreux dossiers dans le secteur de la construction et du bâtiment et dans le secteur de l'ameublement. En 2021 également, ce sont les deux secteurs pour lesquels nous avons reçu le plus de dossiers : 1.068 dossiers étaient au secteur de la construction et 591 au secteur de l'ameublement. De nombreux dossiers ont été traités dans ces secteurs les années précédentes également (2020 : respectivement 1.086 et 460, 2109 : respectivement 742 et 406).

Ce sont les dossiers de construction qui ressortent le plus. D'une part, parce qu'ils sont nombreux, mais aussi parce qu'il existe déjà une entité qualifiée dans ce secteur. La Commission de conciliation de la construction traite depuis 2002 les litiges techniques de construction entre un consommateur et une entreprise. Des solutions sont recherchées pour les litiges techniques de construction relatifs à un ou plusieurs défauts de conception ou d'exécution des travaux, avec l'aide d'un expert qui assiste les parties grâce à son savoir-faire technique. Par conséquent, seule une petite partie des litiges de construction est traitée par la Commission de conciliation de la construction.

Aussi les dossiers liés au secteur des meubles sont souvent techniques et nécessitent une expertise particulière de la part du médiateur. En ce qui concerne les matériaux, les méthodes de livraison, les possibilités de réparation, etc., les connaissances d'un expert du secteur sont très précieuses. Une fois encore, tant le consommateur que l'entreprise auraient tout à gagner à ce que leur cas soit soumis à un service

de médiation spécialement et uniquement actif dans ce secteur. Ce n'est pas possible actuellement. En tant que service de médiation résiduel, le Service de Médiation pour le Consommateur tente d'assurer la meilleure médiation possible, mais l'expertise sectorielle et les ressources pour désigner des experts font défaut.

La création des services de médiation sectoriels pour la construction et pour l'ameublement serait un grand pas vers le renforcement du paysage du règlement extrajudiciaire des litiges et aiderait toutes les parties. Le Service de Médiation pour le Consommateur appelle donc les deux secteurs à faire quelque chose à ce sujet.

### 2. Chaque entité qualifiée doit être sectorielle

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

En voici quelques exemples :

Ainsi, un voyageur, selon l'institution auprès de laquelle il introduit son dossier ou selon l'entreprise de réservation, peut s'adresser à différentes entités.

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

Le médiateur de l'Énergie est actuellement habilité à traiter les litiges relatifs au gaz et à l'électricité, mais



il pourrait tout aussi bien être compétent pour les produits et services énergétiques (produits de pétrole, bois, pellets, panneaux photovoltaïques, thermostats, contrats d'entretien et réparation d'installations de chauffage central, etc.) proposés par les fournisseurs d'énergie ou par des tiers (interlocuteurs désignés ou courtiers, sous-traitants, installateurs, etc.). La Commission de Conciliation Construction est effectivement compétente pour les seuls litiges techniques de construction et non pour les litiges juridiques et contractuels.

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

### **3. Le financement du Service de Médiation pour le Consommateur doit être assuré**

Le Service de Médiation pour le Consommateur, qui n'existe que depuis 2015, fait office de pierre angulaire du REL en Belgique. En effet, le Service de Médiation pour le Consommateur garantit que tout litige de consommation qui ne ressortit pas à la compétence d'une entité qualifiée reconnue par le SPF Économie puisse malgré tout être résolu par voie extrajudiciaire. Les trois tâches définies par la loi sont l'information, l'orientation et la médiation.

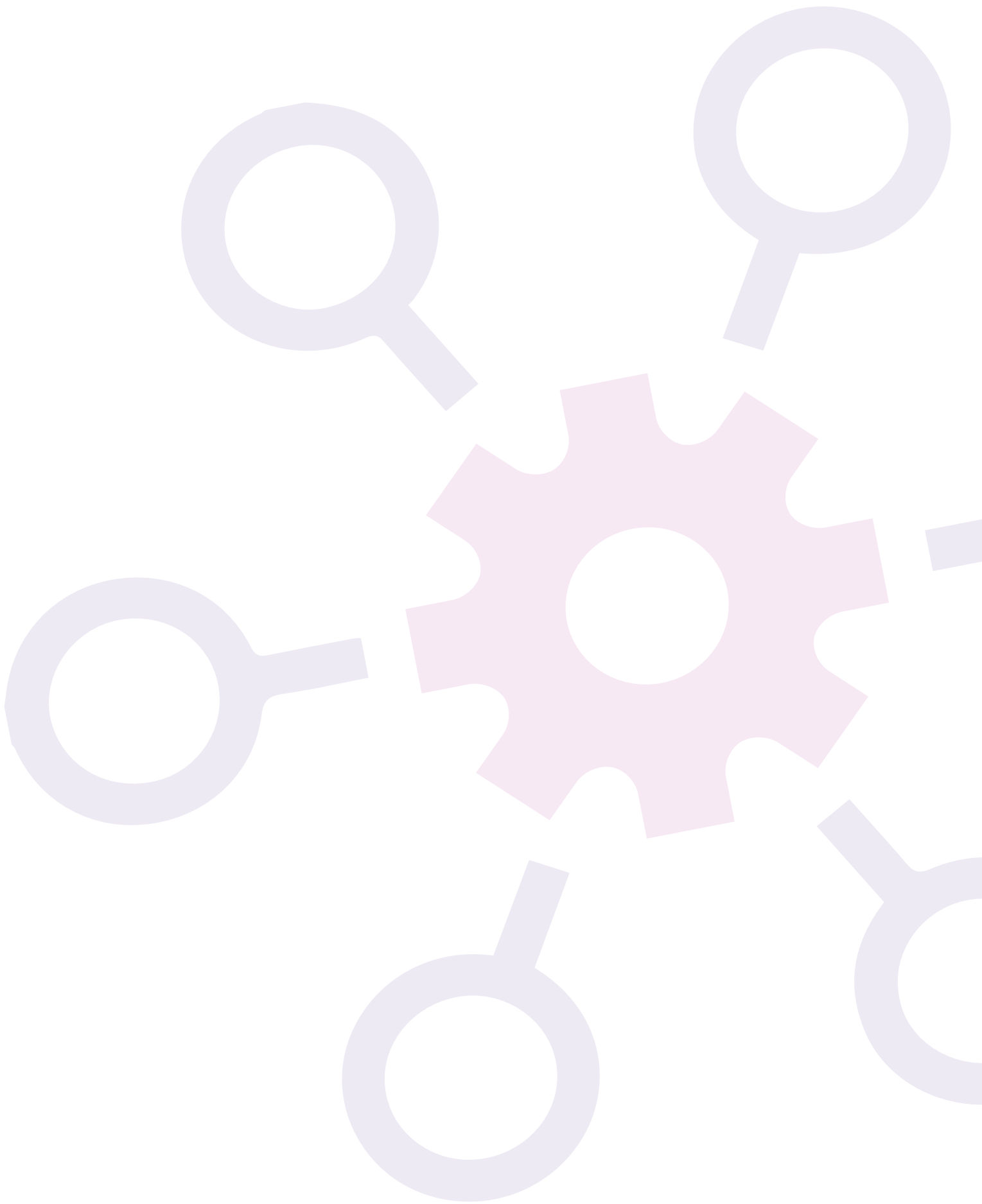
Le Service de Médiation pour le Consommateur dispose actuellement de trop peu de moyens de fonctionnement pour assurer correctement ses missions. Il traite approximativement 15.000 dossiers par an, avec une équipe de 11 collaborateurs à temps plein. C'est insuffisant pour offrir un service de qualité aux parties prenantes. Une augmentation structurelle du budget de fonctionnement s'impose.

## **6.2 RECOURS COLLECTIF**

En vertu du Code de droit économique, le Service de Médiation pour le Consommateur peut agir en tant que représentant d'un groupe dans une action de recours collectif. Le SMC a agi de la sorte une seule fois jusqu'à présent. Il y a des arguments en faveur et en défaveur de l'octroi au SMC du pouvoir d'agir en tant que représentant d'un groupe dans une demande de réparation collective. Ces arguments ont été transmis aux décideurs politiques.

Néanmoins, le SMC n'agira en tant que représentant du groupe que si :

- Son aptitude à agir en tant que représentant du groupe est inscrite en tant que fait dans la loi, y compris le pouvoir d'intervenir dans tout litige de consommation.
- Il existe un financement suffisant sous la forme d'une subvention fédérale. Actuellement, il n'y a pas du tout de marge en ce sens au SMC.





## 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](http://www.mediationconsommateur.be)



