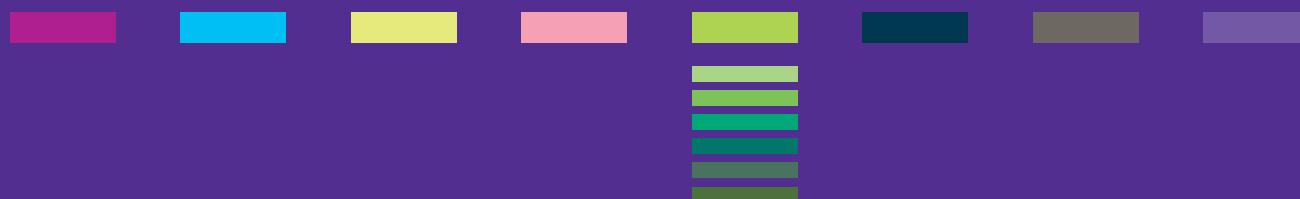


RAPPORT ANNUEL

2024



Service de Médiation
pour le Consommateur

INTRODUCTION

CHIFFRES CLÉS

L'ÉQUIPE

BUDGET 2024

EXEMPLES

- A. ANIMAUX DE COMPAGNIE
- B. LIVRAISON D'UN COLIS
- C. MAGAZINES ET REVUES
- D. AVIATION
- E. AUTOMOBILE
- F. SERVICES DE RÉPARATION D'URGENCE

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

DES MÉDIATEURS FORTS !

LIENS VERS LES AUTRES
ENTITÉS QUALIFIÉES
CONTACT / COLOPHON



Service de Médiation
pour le Consommateur

Le Service de Médiation pour le Consommateur (SMC) a une fois de plus prouvé son utilité et son importance en 2024. Au total, nous avons enregistré 14.981 contacts. Dans 3.602 cas, nous avons initié une procédure de médiation entre consommateurs et entreprises afin de trouver un accord à l'amiable. En outre, nous avons renvoyé 2.677 dossiers aux services de médiation compétents via notre guichet unique. Dans les autres cas, 6.260 consommateurs et entreprises ont reçu des informations ciblées, par écrit ou par téléphone.

Le nombre de contacts uniques a légèrement diminué de 4% par rapport à 2023, mais nous avons réussi à obtenir plus de règlements à l'amiable : 2.092 contre 2.011 en 2023. Nous avons également donné plus souvent des recommandations individuelles (1.627 en 2024 contre 1.408 en 2023), et moins de dossiers ont été abandonnés en cours de procédure (445 en 2024 contre 686 en 2023). Cela montre que le SMC a pu travailler de manière plus efficace et plus substantielle.

Pour nous faire connaître, nous utilisons différents canaux, tels que la presse, les webinaires et les conférences. Mais nous faisons, surtout, de la publicité en offrant des solutions durables et accessibles aux litiges de consommation, rapidement et gratuitement.

Dans ce rapport annuel, nous illustrons par des exemples concrets comment nous travaillons et quels sont les défis auxquels nous sommes confrontés. Nous mettons également l'accent sur quatre points d'attention de 2024.

Enfin, nous rappelons notre mémorandum 2024 appelant à une plus grande transparence. Une structure claire dès aujourd'hui et à l'avenir garantira une résolution efficace et appropriée de chaque litige de consommation. Le SMC reste donc engagé dans la promotion et l'amélioration des modes alternatifs de résolution des litiges en Belgique.

Cynthia Van der Linden
Présidente du Service de Médiation pour
le Consommateur

David Wiame
Vice-président du Service de Médiation pour
le Consommateur

CHIFFRES CLÉS

14.981 CONTACTS EN 2024

63%
NL

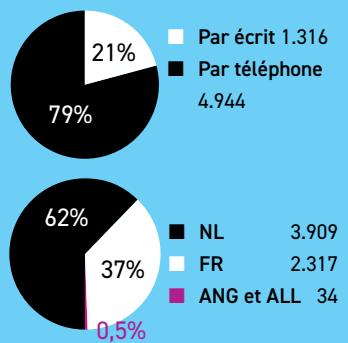
35%
FR

2%
ANG+ALL

6.260

DEMANDES
D'INFORMATION :

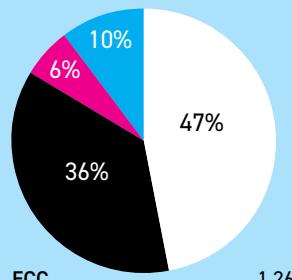
Le SMC informe au mieux les consommateurs et les entreprises, notamment en ce qui concerne leurs possibilités de résolution extrajudiciaire des litiges.



2.677

DOSSIERS TRANSFÉRÉS :

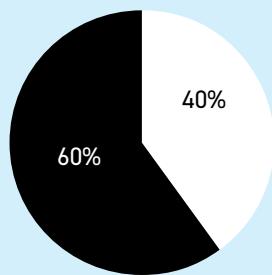
Dans la mesure du possible, nous renvoyons également les parties prenantes au litige vers le service compétent. Nous transmettons toujours la plainte, jamais le plaignant. [PLUS D'INFO](#)



6.044

DOSSIERS RÉSIDUAIRES :

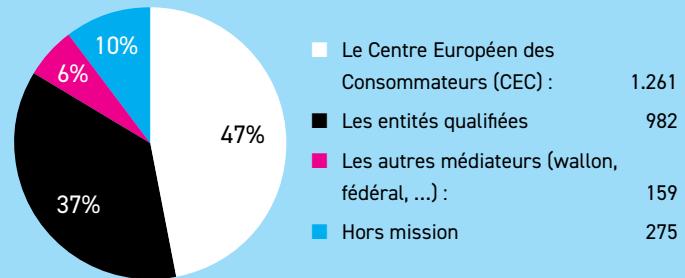
Le SMC s'occupe de la médiation des litiges de consommation qu'il ne peut pas transférer à un autre service. Ces dossiers sont appelés dossiers résiduaires. [PLUS D'INFO](#)



Service de Médiation
pour le Consommateur

CHIFFRES CLÉS

2.677
DOSSIERS
TRANSFÉRÉS



| | |
|--|-------|
| Le Centre Européen des Consommateurs (CEC) : | 1.261 |
| Les entités qualifiées | 982 |
| Les autres médiateurs (wallon, fédéral, ...) | 159 |
| Hors mission | 275 |



982
DOSSIERS
POUR LES ENTITÉS
QUALIFIÉES

Les entités qualifiées

Les entités qualifiées sont des entités privées ou des services établis par une autorité publique qui prennent en charge la résolution extrajudiciaire des litiges de consommation et qui figurent sur la liste établie et notifiée à la Commission européenne par le Service public fédéral Economie, PME, Classes moyennes et Energie. Cette liste peut être consultée [ICI](#).

Les entités qualifiées répondent à toutes les conditions énumérées dans l'AR du 16 février 2015 et sont auditées annuellement par le SPF Economie. Le contrôle porte sur les principes d'indépendance, d'impartialité, d'accessibilité, de compétence, etc.

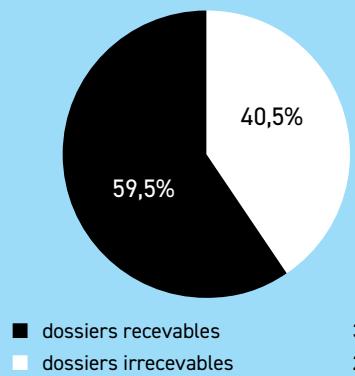


Service de Médiation
pour le Consommateur

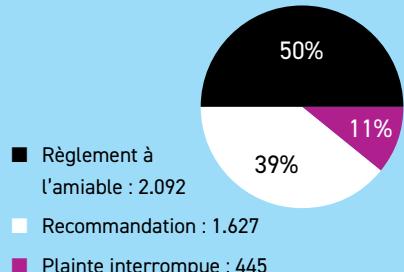
CHIFFRES CLÉS

6.044
DOSSIERS
RÉSIDUAIRES

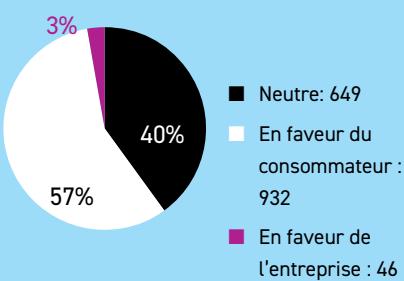
3.602
DOSSIERS
RECEVABLES



4.164
DOSSIERS
RÉSIDUAIRES
CLÔTURÉS

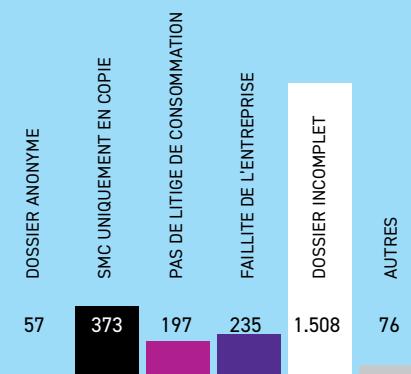


1.627
RECOMMANDATIONS



En 2024, le délai moyen de traitement d'un dossier par le SMC était de **57** jours.

DOSSIERS IRRECEVABLES :



Le SMC cherche toujours à trouver une solution à l'amiable. Ce n'est que si cela n'est pas possible qu'elle peut émettre une recommandation non contraignante.



Service de Médiation pour le Consommateur

CHIFFRES CLÉS

TOP 10 SECTEURS

| N° | SECTEUR | DOSSIERS |
|----|---|----------|
| 1 | Entretien et réparation du logement | 993 |
| 2 | Gros électroménagers | 463 |
| 3 | Meubles et décos | 300 |
| 4 | Vêtements et chaussures | 264 |
| 5 | Compagnies aériennes | 223 |
| 6 | TIC (technologie de l'information et de la communication) | 196 |
| 7 | Services en lien avec le sport et les loisirs | 182 |
| 8 | Voitures d'occasion | 156 |
| 9 | Livres, journaux, magazines, articles de papeterie | 125 |
| 10 | Services culturels et de divertissement | 120 |

TOP 10 CATEGORIES

| N° | CATEGORIE | DOSSIERS |
|----|--|----------|
| 1 | Produit non livré / Service non fourni | 985 |
| 2 | Difficulté d'accès aux voies de recours | 601 |
| 3 | Inexécution des obligations liées à la garantie légale | 553 |
| 4 | Produit ou service défectueux / Dommage subi | 472 |
| 5 | Paiements (acomptes, paiements échelonnés, etc.) | 382 |
| 6 | Absence de recours | 312 |
| 7 | Produit ou service non conforme à la commande | 215 |
| 8 | Facture ou note incorrecte | 204 |
| 9 | Livraison partielle / Prestation partielle | 203 |
| 10 | Facturation injustifiée | 188 |



Service de Médiation
pour le Consommateur

L'ÉQUIPE



BUDGET 2024

Budget des recettes 2024

Pour l'année 2024, le budget des recettes s'élève à 1.184.988 € et était composé des éléments suivants :

| | |
|---|-----------|
| ■ Contributions des services de médiation sectoriels ¹ | 581.408 € |
| ■ Contribution fédérale | 422.373 € |
| ■ Contributions des entreprises sans entité qualifiée | 139.207 € |
| ■ Contribution UE | 42.000 € |

Budget des dépenses 2024

Le budget des dépenses 2024 s'élevait à 1.125.878 € et était réparti entre :

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| ■ Les dépenses pour le personnel | 840.895 € |
| ■ Les dépenses pour le fonctionnement | 277.331 € |
| ■ Les dépenses en capital | 7.652 € |

1. Il s'agit des médiateurs sectoriels qui siègent également au comité de direction : énergie, services financiers, télécommunications, voyageurs ferroviaires, services postaux et assurances.



EXEMPLES



- A. ANIMAUX DE COMPAGNIE
- B. LIVRAISON D'UN COLIS
- C. MAGAZINES ET REVUES
- D. AVIATION
- E. AUTOMOBILE
- F. SERVICES DE RÉPARATION D'URGENCE

A. ANIMAUX DE COMPAGNIE



20 | 03 | 2024

« J'ai versé un acompte pour acheter un chaton à un éleveur professionnel. Un contrat a été signé pour un chaton spécifique qui venait de naître et qui devait rester avec sa mère pendant un certain temps. Après quelques semaines, l'éleveur m'a fait savoir que mon chaton était mort. Je voulais récupérer mon acompte, mais l'éleveur a refusé et a voulu me fournir un autre chaton. Mais je ne fais plus confiance à cet éleveur. La communication est bloquée et c'est pourquoi j'en appelle à vous. »



Service de Médiation pour le Consommateur



09 | 04 | 2024

Nous étudions attentivement le dossier et demandons à l'entreprise de le commenter.



25 | 04 | 2024

« Nous avons fait notre devoir. Il arrive qu'un chaton meure, ce qui est regrettable mais n'est pas de notre faute. L'acheteur a demandé un chaton noir et j'ai proposé un nouveau chaton. Mais il n'en a pas voulu. »



Service de Médiation pour le Consommateur



30 | 04 | 2024

Nous répondons à l'entreprise que nous comprenons la situation. Mais que nous pouvons également comprendre le consommateur qui ne désirait que ce chaton en particulier. Nous suggérons de résoudre le problème en remboursant une partie de l'avance.



10 | 05 | 2024

L'entrepreneur fait une contre-proposition. Il veut rembourser la moitié de l'acompte.



14 | 05 | 2024

Nous discutons de la proposition avec le consommateur. Ce dernier souhaiterait récupérer la totalité de l'avance, mais pour clore le litige, il accepte la moitié.



Service de Médiation pour le Consommateur



05/2024 - 06/2024

Nous demandons à l'entreprise de transférer le montant convenu sur le compte du consommateur. Or, ce dernier ne répond plus, même après plusieurs rappels. Force est de constater qu'aucune solution n'a été trouvée.



Service de Médiation pour le Consommateur

18/06/2024

Le SMC envoie une recommandation aux deux parties. Nous y soulignons que, grâce à notre médiation, elles sont parvenues à un accord qui doit être mis en œuvre. Nous recommandons que l'entreprise rembourse la moitié de l'acompte.



Service de Médiation pour le Consommateur

B. LIVRAISON D'UN COLIS



14 | 04 | 2024

« Il y a deux mois, j'ai commandé un aspirateur en ligne. Le lendemain, j'ai reçu un mail m'informant que la commande serait livrée à mon domicile. Or, je n'ai rien reçu. Mes voisins non plus. L'entreprise a ouvert une enquête et a constaté que la commande n'avait pas été livrée. En conséquence, elle a envoyé un nouvel aspirateur. Le deuxième aspirateur est arrivé, mais comme nous en avions acheté un autre ailleurs entre-temps, nous n'en avions plus besoin. Nous avons renvoyé l'aspirateur à la société et nous avons demandé un remboursement, mais la société n'est pas d'accord. »



15 | 04 | 2024

Nous étudions attentivement le dossier et demandons à l'entreprise de le commenter.



01 | 06 | 2024

La société soupçonne une fraude. Bien qu'elle ait d'abord pensé que le consommateur n'avait pas reçu le premier aspirateur, une enquête plus approfondie a révélé que ce n'était pas le cas. Le consommateur a renvoyé le deuxième aspirateur. Mais aucun remboursement ne devrait s'ensuivre, puisque le premier aspirateur a bien été reçu.



07 | 06 | 2024

Nous demandons à l'entreprise d'expliquer pourquoi, après l'enquête initiale, elle a communiqué qu'elle enverrait un nouvel appareil et a, par la suite, décidé qu'il y avait eu fraude.



11 | 06 | 2024

La première demande a été approuvée dans le cadre de la politique de bonne volonté et sans autre enquête. Toutefois, des signes de fraude étant apparus par la suite, le dossier a été réexaminé. Ces soupçons ont été confirmés lorsque le consommateur a immédiatement renvoyé le deuxième aspirateur.



20 | 06 | 2024

Nous demandons au consommateur de fournir une preuve d'achat de l'aspirateur qu'ils ont acheté dans un autre magasin.



21 | 06 | 2024

Le consommateur informe qu'il n'a pas de preuve d'achat. L'achat a été effectué dans un magasin physique et, après plusieurs semaines, il a jeté le reçu parce qu'il pensait ne plus en avoir besoin.



Service de Médiation pour le Consommateur



25 | 06 | 2024

Nous contactons à nouveau l'entreprise et lui demandons si elle était disposée à convertir une partie du montant en un bon d'achat avec lequel le consommateur pourrait acheter quelque chose auprès de l'entreprise.



26 | 06 | 2024

L'entreprise n'accepte pas la proposition.



Service de Médiation pour le Consommateur

19 | 07 | 2024

Le dossier se termine par une recommandation neutre car il est impossible pour le SMC de savoir si le premier aspirateur a été livré ou non. Les deux parties recevront une lettre de clôture.



Service de Médiation pour le Consommateur

C. MAGAZINES ET REVUES



01 | 02 | 2024

« Je vous contacte pour vous signaler un problème avec mon abonnement au magazine. J'ai souscrit un abonnement annuel de 80 € en août 2023, mais je n'ai toujours pas reçu les numéros de décembre 2023 et janvier 2024. J'ai signalé ce problème à plusieurs reprises au service clientèle, mais je n'ai toujours pas reçu de réponse concrète ou d'explication. J'aimerais maintenant recevoir les numéros manquants. »



12 | 02 | 2024

La société nous informe que, bien qu'elle soit consciente du problème, elle n'est plus en mesure d'envoyer les versions de décembre 2023 et de janvier 2024, car elles sont épuisées. Elle propose de prolonger l'abonnement de deux mois.



15 | 02 | 2024

Le consommateur est mécontent de ne pas pouvoir obtenir de remplacement pour les numéros épuisés. Il demande le remboursement des deux mensuels manquants, soit 14 €.



08 | 02 | 2024

Nous transmettons immédiatement le dossier à l'entreprise et lui demandons de nous contacter dans les 10 jours ouvrables.



Service de Médiation
pour Le Consommateur



16 | 02 | 2024

Nous rappelons à l'entreprise que la non-livraison de ces deux numéros constitue un manquement contractuel et qu'un remboursement partiel résoudrait le litige. Nous demandons que cette position soit considérée.



19 | 02 | 2024

L'entreprise accepte finalement de rembourser 10 € pour les numéros manquants. Elle enverra un bon de réduction à utiliser lors d'un prochain achat.



21 | 02 | 2024

Le consommateur accepte la proposition et comprend qu'un remboursement de 10 € et la réception d'un bon de réduction constituent une solution raisonnable dans ce cas.



Service de Médiation
pour le Consommateur

D. AVIATION



23 | 08 | 2024

« Lors de mon vol retour de Madrid, la compagnie aérienne a perdu mes bagages. Ils les ont cherché pendant plusieurs jours mais m'ont dit qu'ils étaient introuvables. J'ai donc rempli un document d'évaluation du contenu (principalement des vêtements). Après plusieurs échanges de courriers, ils m'ont informé que les recherches étaient annulées et qu'ils transmettaient mon dossier au service clientèle. Depuis, je n'ai aucune nouvelle de mon dossier. J'ai envoyé de nombreux courriers qui sont tous restés sans réponse. Chaque fois que j'appelle, on me dit que le service des bagages perdus ne répond que par mail. Pouvez-vous m'aider à obtenir plus de visibilité sur mon dossier ? »



Service de Médiation
pour le Consommateur



26 | 08 | 2024

Nous informons la compagnie aérienne et sollicitons son avis.



13 | 09 | 2024

Le consommateur nous informe qu'il a reçu une offre de remboursement de 381,95 €, sans autre explication.



08 | 10 | 2024

Après plusieurs rappels, la compagnie aérienne nous contacte et demande une copie des billets d'avion et de la référence du vol pour compléter son analyse.



14 | 10 | 2024

Le consommateur nous fournit les informations demandées, que nous transmettons à la compagnie aérienne.



21 | 10 | 2024

Le consommateur n'ayant pu apporter la preuve de ce qui se trouvait exactement dans sa valise, la compagnie aérienne a proposé une indemnisation de 458,45 €, soit 50 % du montant maximum imposé par la Convention de Montréal en cas de perte de bagages. Comme 381,95 € ont déjà été déposés, un paiement supplémentaire de 76,50 € sera effectué.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

23 | 10 | 2024

Nous envoyons la proposition finale de l'entreprise au consommateur, qui l'accepte.



Service de Médiation
pour le Consommateur

E. AUTOMOBILE



06 | 06 | 2024

« Le 17 octobre 2023, j'ai acheté une Jaguar à Bruxelles. Alors que je me rendais à mon domicile en République tchèque, la voiture a calé sur l'autoroute allemande et a dû être remorquée jusqu'à un concessionnaire Jaguar officiel en Allemagne. L'examen a révélé que le moteur était gravement endommagé en raison de la présence de particules métalliques dans l'huile, ce qui le rendait irréparable.

La voiture a été vendue avec une garantie de 12 mois et un certificat attestant que le moteur serait en bon état. Comme le moteur est tombé en panne dans les heures qui ont suivi l'achat, la loi prévoit que le défaut devait être présent au moment de la livraison.

J'ai demandé une réparation ou un remplacement, mais cela m'a été refusé. J'ai donc fait remplacer le moteur en République tchèque. Cette opération a également révélé l'absence de certaines options annoncées. »



Service de Médiation pour Le Consommateur



17 | 06 | 2024

Après avoir reçu tous les documents demandés, nous transmettons immédiatement le dossier à l'entreprise. Nous expliquons qui nous sommes, pourquoi la consommatrice s'est adressée à nous et nous lui demandons quelle est sa position dans l'affaire.



21 | 06 | 2024

La facture de vente indique clairement qu'il y avait un problème avec le véhicule au moment de la livraison et que le consommateur en était pleinement conscient. En outre, la publicité indiquait que la garantie de 12 mois n'était disponible qu'en option et qu'elle pouvait être souscrite auprès d'une compagnie d'assurance pour un coût supplémentaire de 950 €.

Dans ce cas, le consommateur a choisi d'acheter le véhicule "en l'état", le problème de moteur étant explicitement mentionné sur la facture de vente.



Service de Médiation pour Le Consommateur



28 | 06 | 2024

L'entreprise enfreint la loi en n'offrant qu'une garantie payée de 12 mois. En effet, les consommateurs ont de toute façon droit à une garantie légale minimale de 12 mois pour les véhicules d'occasion, les défauts qui apparaissent au cours de cette période étant réputés être déjà présents à la livraison, sauf preuve du contraire apportée par le vendeur.

Le SMC estime aussi que la facture de vente n'est pas claire et que le consommateur ne pouvait certainement pas en déduire que la voiture ne serait pas en état de rouler. Nous estimons donc que l'application de la garantie légale est plus qu'appropriée en l'espèce et rappelons au garagiste ses obligations.



01 | 08 | 2024

L'entreprise continue de refuser le remboursement et renie ses obligations légales.



Service de Médiation pour Le Consommateur



09 | 08 | 2024

Dans notre recommandation, que nous transmettons aux deux parties, nous exposons notre point de vue objectif sur la question. Nous expliquons les principes de la garantie légale et demandons à nouveau à l'entreprise de les respecter. Nous expliquons également au consommateur la voie qu'il peut emprunter pour porter l'affaire devant les tribunaux, s'il le souhaite.



Service de Médiation pour le Consommateur

F. SERVICES DE RÉPARATION D'URGENCE



17 | 05 | 2024

« J'ai demandé une intervention pour un débouchage de canalisation à une entreprise que j'ai trouvée sur Google. Cependant, après avoir payé cinq fois le prix habituel, il s'est avéré que le problème n'était pas résolu. Par nécessité, j'ai dû faire venir une autre entreprise pour résoudre le problème. J'ai contacté la première société par mail et par courrier recommandé et j'ai demandé un remboursement, mais je n'ai reçu aucune réponse. »



Service de Médiation pour Le Consommateur



11 | 08 | 2024

L'entreprise refusant de coopérer, nous ne trouvons évidemment pas de solution au litige. Nous clôturons le dossier par une recommandation non contraignante dans laquelle nous soulignons l'engagement en termes de résultat qui incombe à l'entreprise. En effet, elle s'est engagée à atteindre un résultat bien défini, et elle n'y est pas parvenue. Il convient donc, à tout le moins, de réexaminer le paiement du prix total.

Après enquête, il s'est avéré que la facture était également rédigée de manière tout à fait incorrecte. Des suppléments de 350,00 EUR ont été facturés, ce qui ne correspondait pas aux services fournis. En outre, aucun consentement préalable n'a jamais été donné pour la facturation de ceux-ci. Enfin, le prix facturé semblait également comporter une marge bénéficiaire anormale.



10 | 06 | 2024

Après que le consommateur nous ait fourni tous les documents nécessaires, la médiation peut débuter. Nous envoyons le dossier à l'entreprise : nous expliquons qui nous sommes et pourquoi le consommateur s'est adressé à nous et nous lui demandons son point de vue. Dans les semaines qui suivent, nous envoyons des rappels et des relances.

Nous recommandons donc que :

- L'entreprise rembourse sans délai le montant facturé au consommateur.
- L'entreprise adapte ses méthodes de travail, ses pratiques commerciales et se conforme à la législation.
- L'entreprise soit accessible pour ses clients, pour le SMC et développe un service après-vente efficace.

Nous n'avons jamais reçu de réponse à cette recommandation.

Comme nous recevons régulièrement le même type de plainte concernant cette entreprise, nous rédigeons un rapport à ce sujet et le soumettons au service de l'Inspection économique du SPF Économie.

Comment se protéger des services de réparation urgente malhonnêtes ?

■ Ne vous contentez pas de cliquer sur les premiers résultats de recherche.

Les entreprises malhonnêtes paient pour figurer en tête de liste. Faites défiler les résultats et vérifiez les avis en ligne.

■ Consultez votre réseau.

Demandez des recommandations à vos voisins, à vos amis ou à votre famille. Les expériences personnelles valent de l'or.

■ Exigez la clarté dès le départ.

Décrivez clairement le problème et demandez une indication de prix pour l'intervention, les pièces détachées et les frais de déplacement. Faites-vous confirmer cela par courriel, SMS ou WhatsApp.

■ Ne payez pas immédiatement.

Demandez une facture détaillée et ne payez que lorsque tout s'est déroulé correctement.

■ Soyez critique.

Si une offre semble trop belle pour être vraie, c'est généralement le cas.



Service de Médiation pour le Consommateur

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

1. Les entreprises doivent être accessibles pour leurs clients

Le SMC constate une tendance continue concernant l'accessibilité des entreprises et, plus particulièrement, l'accessibilité et l'efficacité des services à la clientèle. Dans les cas de médiations, nous voyons souvent des consommateurs qui ont du mal à communiquer leur problème ou leur plainte à une entreprise. Les exemples sont nombreux : il n'y a qu'un chatbot auquel s'adresser, il n'y a pas ou très difficilement d'adresse postale ou de numéro de téléphone, on ne répond pas aux courriers ou on y répond très tard, les employés des entreprises ne peuvent pas retrouver un consommateur ou une commande dans leurs dossiers. Les consommateurs essaient de discuter de leur problème avec une entreprise, mais en raison du manque de communication, aucune solution n'est trouvée.

Une communication fluide est essentielle, en particulier en cas de problèmes ou de litiges. Tant les consommateurs que les entreprises en bénéficient et devraient être prêts à investir dans ce domaine. Lorsqu'une entreprise n'est pas facile à joindre, cela crée une frustration supplémentaire pour les consommateurs et aggrave le problème. En outre, une mauvaise accessibilité peut constituer une violation de l'article XVI.3 du Code de droit économique, qui stipule que toute entreprise doit répondre aux plaintes dans les plus brefs délais et s'efforcer de trouver une solution satisfaisante.

Le SMC s'efforce toujours de faciliter la communication et de surmonter ces difficultés. Mais nous constatons nous aussi que le contact avec certaines entreprises est particulièrement difficile. Ce problème n'est pas nouveau et a déjà été soulevé dans d'autres secteurs, où des initiatives législatives ont même été prises. Néanmoins, nous devons répéter le même appel de plus en plus souvent dans nos recommandations individuelles.

C'est pourquoi nous appelons toutes les entreprises à travailler sur un traitement efficace des plaintes et sur des canaux de communication accessibles. Facilitez les contacts, répondez dans les meilleurs délais et cherchez activement des solutions. Cela est essentiel non seulement pour résoudre les plaintes, mais aussi pour maintenir et renforcer les bonnes relations avec les clients.

2. La gestion proactive des litiges : une opportunité, pas un fardeau

Dans un marché où la satisfaction du client est cruciale pour le succès, les entreprises ont tout intérêt à adopter une approche proactive de la gestion des litiges. Travailler avec le Service de Médiation pour le Consommateur est une opportunité stratégique de renforcer la confiance des clients, d'améliorer la réputation et de gérer les litiges plus efficacement.

1. Les entreprises doivent être accessibles pour leurs clients

2. La gestion proactive des litiges : une opportunité, pas un fardeau

3. La fraude au retour et les problèmes de livraison : un défi croissant

4. Services de réparation d'urgence : rapidement sur place, mais à quel prix ?



Service de Médiation
pour le Consommateur

Les désaccords avec les consommateurs sont inévitables, mais la manière dont ils sont résolus fait toute la différence. En choisissant la médiation, les entreprises montrent qu'elles s'engagent à trouver des solutions équitables et qu'elles accordent de l'importance aux relations à long terme avec leurs clients. Elles évitent ainsi des procédures longues et coûteuses et réduisent la frustration de toutes les parties concernées.

La médiation est également un outil précieux pour l'amélioration continue. En analysant les dossiers de médiation, les entreprises peuvent identifier les problèmes récurrents et adapter leur approche. Il en résulte un meilleur service, une plus grande attention portée au client et une diminution des réclamations. L'écoute active et l'évolution renforcent la fiabilité d'une entreprise et contribuent à lui donner une solide réputation sur un marché concurrentiel.

En travaillant de manière constructive avec le Service de Médiation pour le Consommateur, les entreprises peuvent transformer un problème potentiel en une opportunité d'accroître la confiance et la satisfaction. Parfois, la différence tient à peu de choses : un consommateur qui repart satisfait grâce à un remboursement de 10 € pourrait bien devenir un client fidèle à vie.

3. La fraude au retour et les problèmes de livraison : un défi croissant

Chaque année, le Service de médiation pour le Consommateur reçoit de nombreux dossiers concernant la livraison de biens, en particulier des biens non livrés ou des problèmes de retour. La loi est pourtant claire à ce sujet : une entreprise doit livrer les biens commandés dans le délai convenu (cf. article VI. 43 du Code de droit économique). Si ce n'est pas le cas, le consommateur doit accorder à l'entreprise un délai supplémentaire raisonnable pour procéder à la livraison. Si la livraison n'a toujours pas lieu, le consommateur peut prétendre à un remboursement intégral.

Les achats en ligne sont également soumis à un droit de rétractation : le consommateur peut retourner son achat dans un délai de 14 jours sans donner de raison et doit recevoir un remboursement complet, à l'exclusion des frais de retour.

Fraude et abus

En 2024, le Service de Médiation pour le Consommateur a identifié une tendance inquiétante : un nombre croissant de soupçons de fraude dans les livraisons et les retours.

Ces fraudes prennent différentes formes :

- **Paquets non reçus** : Un consommateur affirme qu'un produit commandé et payé n'est jamais arrivé et demande un remboursement. L'entreprise refuse car elle dispose d'une preuve de livraison, par exemple par le biais d'un système de suivi et de traçabilité.

En 2024, le Service de Médiation pour le Consommateur a identifié une tendance inquiétante : un nombre croissant de soupçons de fraude dans les livraisons et les retours.



Service de Médiation pour le Consommateur

- **Livraisons perdues** : Le colis a été correctement livré à la porte d'entrée ou à un endroit choisi par le consommateur, mais il a disparu avant que le consommateur ne puisse le récupérer. Cette situation donne souvent lieu à une discussion de type «parole contre parole».
- **Problèmes de retour** : Les consommateurs renvoient une commande par l'intermédiaire d'un distributeur de colis, d'un point relais ou d'un transporteur, mais le colis se perd, arrive vide chez le vendeur ou contient un produit différent de celui qui avait été commandé à l'origine.

Le plus grand problème dans ce type de litige est l'impliquer de trois parties : le consommateur, l'entreprise et le transporteur. Il arrive que le consommateur ou l'entreprise soit malhonnête au sujet de la livraison ou de la réception, mais il peut aussi y avoir des problèmes lors de l'expédition ou du retour. Il est donc extrêmement difficile pour le SMC de trouver une solution appropriée.

En outre, certains consommateurs sont de plus en plus habiles à exploiter les lacunes de la loi, même en recourant au service de l'ombudsman. Bien que nous n'ayons pas de preuves tangibles, nous soupçonnons une fraude dans certains cas : des consommateurs qui commandent sciemment des produits, se les font livrer et exigent un remboursement via le droit de rétractation, sans renvoyer les marchandises correctement.

La prudence est de mise

Pour éviter de tels problèmes, le Service de Médiation pour le Consommateur conseille à toutes les parties d'être plus prudentes lors des livraisons et des retours, en particulier pour les produits les plus chers :

- **Pour les consommateurs** : envisager de ne pas renvoyer les achats coûteux, tels qu'un smartphone, par la poste, mais de les rapporter dans un magasin physique.
- **Pour les entreprises** : fournir une meilleure assurance lors de l'expédition de biens coûteux et offrir aux clients la possibilité de les récupérer dans un point relais de colis ou dans un distributeur. Cela permet d'éviter que les colis soient laissés sans surveillance devant la porte d'entrée.

En prenant des précautions, les consommateurs et les entreprises peuvent éviter les frustrations, les pertes financières et les longs litiges.

4. Services de réparation d'urgence : rapidement sur place, mais à quel prix ?

Les services de réparation d'urgence ont déjà fait couler beaucoup d'encre, mais étant donné que le Service de Médiation pour le Consommateur continue de recevoir de nombreux cas dans cette catégorie, il est important de lancer une nouvelle alerte.

« *Elles réagissent rapidement et envoient immédiatement quelqu'un, mais souvent, elles ne résolvent que partiellement le problème, voire pas du tout. Il s'ensuit une facture salée que vous devez souvent payer immédiatement et sur place.* »



Comment fonctionnent les services de réparation d'urgence malhonnêtes ?

Le mode opératoire est souvent le même. Un consommateur est confronté à un problème urgent : une conduite d'eau qui éclate, une chaudière défectueuse ou des toilettes bouchées. Ce type d'urgence oblige à agir vite. Mais il faut prendre un peu de distance et faire preuve de bon sens, car c'est à ce moment-là que des services de réparation douteux se manifestent de manière opportuniste.

Ces entreprises figurent en bonne place dans les recherches Google, ont des sites web professionnels et semblent se trouver dans votre quartier. Elles réagissent rapidement et envoient immédiatement quelqu'un, mais souvent, elles ne résolvent que partiellement le problème, voire pas du tout. Il s'ensuit une facture exagérée que vous devez souvent payer immédiatement et sur place.

Vous voulez vous faire rembourser ou faire jouer la garantie après coup ? Certaines entreprises sont fermées à la discussion. Même l'intervention du SMC est limitée dans de tels cas. Mieux vaut donc prévenir que guérir.

Comment se protéger des services de réparation urgente malhonnêtes ?

■ **Ne vous contentez pas de cliquer sur les premiers résultats de recherche.** Les entreprises malhonnêtes paient pour figurer en tête de liste. Faites défiler les résultats et vérifiez les avis en ligne.

■ **Consultez votre réseau.** Demandez des recommandations à vos voisins, à vos amis ou à votre famille. Les expériences personnelles valent de l'or.

■ **Exigez la clarté dès le départ.** Décrivez clairement le problème et demandez une indication de prix pour l'intervention, les pièces détachées et les frais de déplacement. Faites-vous confirmer cela par courriel, SMS ou WhatsApp.

■ **Ne payez pas immédiatement.** Demandez une facture détaillée et ne payez que lorsque tout s'est déroulé correctement.

■ **Soyez critique.** Si une offre semble trop belle pour être vraie, c'est généralement le cas.



Service de Médiation
pour le Consommateur

DES MÉDIATEURS FORTS !

Les consommateurs et les entreprises souhaitant résoudre un litige rapidement, à moindre coût et de manière accessible peuvent s'adresser à treize entités qualifiées de règlement extrajudiciaire, parmi lesquelles dix ombudsmans. Chaque entité agit comme un intermédiaire indépendant et impartial dans son secteur.

La grande majorité des consommateurs et des entreprises s'adressent directement au service de médiation compétent pour leurs litiges. Les litiges résiduaires, c'est-à-dire ceux qui ne relèvent pas de la compétence d'une entité spécifique, sont traités par le Service de Médiation pour le Consommateur. Celui-ci constitue en effet l'ultime point de référence pour la résolution extrajudiciaire des litiges de consommation en Belgique.

Le Service de Médiation pour le Consommateur collabore également avec ses collègues européens en tant que membre de [TRAVEL NET](#), le réseau des entités REL du secteur du voyage, et avec les entités ADR résiduelles d'Allemagne, d'Autriche et du Grand-Duché de Luxembourg. En Belgique, le SMC est membre d'[Ombudsman.be](#), le réseau belge des ombudsmans. Ces relations contribuent à l'amélioration du fonctionnement du SMC.

Afin de donner une assise encore plus large au travail des médiateurs et de mieux le faire connaître au public, les médiateurs sectoriels ont rédigé un nouveau [mémorandum](#) qui s'articule autour de quatre axes :

1. Chaque secteur économique significatif doit avoir sa propre entité qualifiée.

Le Service de Médiation pour le Consommateur doit conserver son caractère résiduel mais il peut aider de nouvelles entités qualifiées à démarrer avec ses connaissances et son expertise.

2. Les citoyens ont droit à un Service de Médiation pour le Consommateur fort. Cela implique qu'il ait :

- a. un visage : l'Ombudsman du Consommateur,
- b. une structure indépendante, autonome et efficace,
- c. un financement adapté à ses besoins, et
- d. une meilleure visibilité auprès des acteurs économiques.

3. L'obligation pour les entreprises de coopérer à la résolution extrajudiciaire des litiges est la meilleure garantie de trouver une solution.

Les avis des ombudsmans ne sont pas contraignants pour les entreprises mais la coopération de celles-ci devrait être obligatoire.

4. Implication des ombudsmans et des entités qualifiées dans les initiatives réglementaires affectant leurs services.

A titre d'exemple : la transposition de la directive modifiée sur les ADR ou de la directive relative aux actions représentatives devrait se faire en consultation.

Afin de donner une assise encore plus large au travail des médiateurs et de mieux le faire connaître au public, les médiateurs sectoriels ont rédigé un nouveau mémorandum qui s'articule autour de quatre axes.



Service de Médiation
pour le Consommateur

LIENS VERS LES AUTRES ENTITÉS QUALIFIÉES :

- [Service de Médiation pour les Télécommunications](#)
- [Ombudsman en Conflits Financiers](#)
- [Ombudsman des Assurances](#)
- [Service de Médiation de l'Energie](#)
- [Ombudsman Poste](#)
- [Service de médiation pour les Voyageurs Ferroviaires](#)
- [Service Ombudsman des avocats de l'Ordre des Barreaux francophone et germanophone](#)
- [Ombudsman pour les Huissiers de Justice](#)
- [Ombudsman pour le Notariat](#)
- [Commission de Conciliation Construction](#)
- [Commission de Litiges Voyages](#)
- [Ombudsman du Commerce](#)
- [Commission d'Arbitrage Consommateurs et Entreprises de l'Entretien du Textile](#)

« 2.677 cas ont été
renvoyés au service de
médiation compétent par
le biais du guichet unique
du Service du médiateur
des consommateurs. »



Service de Médiation
pour le Consommateur

North Gate II
Boulevard Roi Albert-II 8 boite 1
1000 Bruxelles
BE: 0553.755.479

Téléphone : 02/702.52.00
(Chaque jour ouvrable entre 09:00 et 12:00)

www.mediationconsommateur.be



Service de Médiation
pour le Consommateur