

## Expériences et attentes des consommateurs vis-à-vis du Service de Médiation pour le Consommateur / Consumentenombudsdien

### Enquête sur les dossiers incomplets

Biard A., Voet S., Hanemaaijer K., van Gelder E.

Juillet 2019

Depuis le début de ses activités en juin 2015, le Service de Médiation pour le Consommateur (SMC) est confronté à un nombre croissant de dossiers incomplets soumis par des consommateurs. Ces dossiers sont clôturés avant même qu'une procédure de médiation ait pu être mise en place. Cette étude enquête sur les causes de ces dossiers incomplets, et vise à mieux comprendre les attentes et les attitudes des consommateurs lorsque ceux-ci s'adressent au SMC. Elle s'appuie sur un questionnaire en ligne envoyé en janvier 2019 à 1.606 consommateurs, et qui a été complété par une partie d'entre eux de façon anonyme. Ce questionnaire éclaire sur les attentes des consommateurs, sur leur degré de familiarité avec les travaux et les missions du SMC, ainsi que sur la qualité et l'effectivité de l'information mise à leur disposition. L'enquête dévoile également les raisons multiples expliquant le choix des consommateurs de ne pas poursuivre le processus commencé. Celles-ci sont d'ordre technique, probatoire, relationnel ou encore psychologique. Ce rapport formule plusieurs recommandations pratiques pour améliorer le fonctionnement du SMC dans le futur, à savoir : mieux informer les consommateurs sur ce qu'ils peuvent attendre de l'intervention du SMC afin de mieux gérer leurs attentes ; établir un meilleur relationnel entre le SMC et les consommateurs dès l'envoi de leur demande ; et encourager une meilleure transparence sur l'ensemble du processus de traitement des dossiers.

<b>1. Introduction</b>	<b>3</b>
• Les missions du Service de Médiation pour le Consommateur	3
• Le cas des dossiers incomplets	3
<b>2. Objectifs de l'enquête</b>	<b>5</b>
<b>3. Méthodologie</b>	<b>5</b>
• Un questionnaire en ligne envoyé à 1 606 consommateurs	5
• Limites méthodologiques	5
<b>4. Profil des participants</b>	<b>6</b>
<b>5. Résultats</b>	<b>8</b>
<b>6. Analyse</b>	<b>18</b>
• Perceptions du SMC et attentes des consommateurs	18
• Aiguillage initial vers le SMC et informations sur les services proposés	18
• Décision des consommateurs de ne pas continuer la procédure commencée	19
• Suggestions des consommateurs pour faciliter le travail du SMC	19
<b>7. Recommandations</b>	<b>19</b>
• Une meilleure information et un aiguillage initial plus efficace pour mieux gérer les attentes des consommateurs	19
• Un meilleur relationnel entre le SMC et les consommateurs dès l'envoi de leur demande	21
• Une meilleure transparence sur l'ensemble du processus de traitement des dossiers	22
<b>8. Résumé des recommandations</b>	<b>23</b>
<i>Annexe 1 : Email du SMC envoyé aux consommateurs avec des dossiers incomplets</i>	<i>24</i>
<i>Annexe 2 : Lettre du SMC jointe à l'email (version française et néerlandaise)</i>	<i>25</i>
<i>Annexe 3 : Réponses détaillées</i>	<i>27</i>

## 1. Introduction

- **Les missions du Service de Médiation pour le Consommateur**

Le Service de Médiation pour le Consommateur (ci-après « SMC ») est un service fédéral autonome établi par la loi du 4 avril 2014. Cette loi a transposé la directive européenne 2013/11/UE sur le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. Les dispositions régissant le SMC sont inscrites au Livre XVI du Code de Droit Économique. Le SMC est chargé d'une triple mission :

1. Informer les consommateurs et les professionnels sur leurs droits et leurs obligations, en particulier sur les possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation ;
2. Réceptionner toute demande de règlement extrajudiciaire d'un litige de consommation et, le cas échéant, soit la transmettre à une autre entité qualifiée compétente en la matière, soit la traiter lui-même ; et
3. Intervenir lui-même dans toute demande de règlement extrajudiciaire d'un litige pour lequel aucune autre entité qualifiée n'est compétente (au mois de juin 2019, le SPF Économie avait qualifié 15 entités de règlement extrajudiciaires des litiges de consommation opérant dans différents secteurs économiques).<sup>1</sup>

Les services du SMC sont gratuits pour les consommateurs. Celui-ci a débuté ses activités le 1<sup>er</sup> juin 2015.

- **Le cas des dossiers incomplets**

Le SMC débute l'analyse au fond d'un dossier envoyé par un consommateur lorsque celui-ci est complet. Pour être considéré comme complet, le dossier doit contenir une description concise et claire du problème et suggérer une éventuelle solution, fournir des informations destinées à identifier le professionnel (nom, adresse, numéro d'entreprise, etc.), et être accompagné de tout moyen de preuve montrant que le consommateur a préalablement pris contact avec le professionnel pour tenter de résoudre le différend. Selon les cas, des informations supplémentaires peuvent également être nécessaires (par exemple, un justificatif d'achat si le problème porte sur une mise en œuvre de garantie). Si, au cours du traitement préliminaire du dossier, le SMC constate que des informations ou des documents sont manquants, il contacte le consommateur. Ce contact se fait par envoi d'un email standardisé et automatisé (*Annexe 1*) accompagné, en pièce jointe, d'une lettre au format PDF (*Annexe 2*). Le consommateur est alors informé qu'il dispose d'un délai de 10 jours pour compléter son dossier. A défaut, celui-ci est clôturé.

Pour certains dossiers, le SMC est en mesure d'identifier l'autre partie à partir des informations fournies par le consommateur. La question se pose alors de savoir si le SMC devrait lui-même contacter le professionnel afin d'obtenir les informations manquantes. Redoutant que cette pratique puisse être mal comprise par les professionnels - qui pourraient notamment y voir un signe que le SMC agit principalement en défense des intérêts des consommateurs, et donc de manière biaisée - le SMC a choisi de ne pas s'adresser à la partie adverse en cas d'informations manquantes. Il cherche ainsi à préserver son image de tiers impartial.

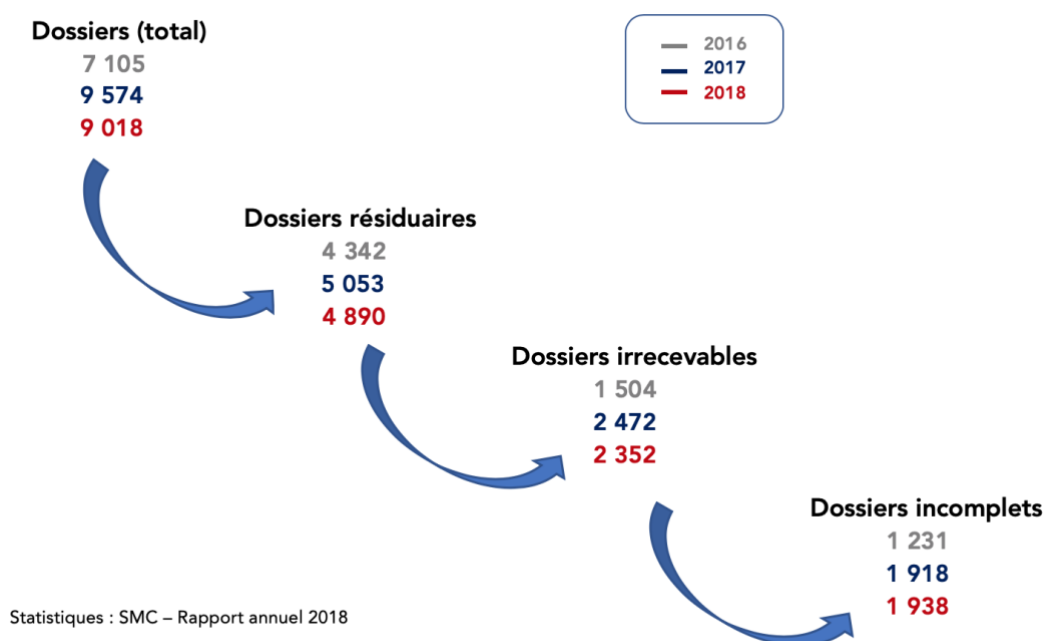
Depuis le début de ses activités, le SMC a été confronté à un nombre de dossiers incomplets en constante hausse. En 2018, ils ont représenté 39,6% de l'ensemble des dossiers résiduels<sup>2</sup> reçus et

---

<sup>1</sup> La liste des entités qualifiées est disponible à : <https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Entreprises/Reglement-extrajudiciaire-litiges-consommation-liste-entites-qualifiees.pdf>

<sup>2</sup> Les dossiers résiduels sont les dossiers non-redirigés vers une autre entité qualifiée de règlement extrajudiciaire des litiges de consommations.

82,3% de l'ensemble des dossiers irrecevables. Comme le soulignait le SMC dans son rapport annuel 2018, « malheureusement, de nombreux dossiers restent incomplets et sont clôturés sans qu'une procédure de médiation ait effectivement pu être démarrée. Les raisons de ce constat restent inexplicables ». <sup>3</sup> Le nombre de dossiers incomplets représente une charge significative pour le SMC qui dispose de moyens humains et financiers limités (au 1<sup>er</sup> avril 2019, le SMC comptait 6 gestionnaires de dossiers pour une équipe de 11 personnes au total). <sup>4</sup> Plus largement, cette situation interroge également sur les motivations et les attentes des consommateurs lorsque ceux-ci contactent le SMC.



<sup>3</sup> SMC, Rapport annuel 2018, p.21

<sup>4</sup> SMC, Rapport annuel 2018, p.15

## 2. Objectifs de l'enquête

Cette recherche a été menée par le SMC en collaboration avec des chercheurs des universités Erasmus de Rotterdam et KU Leuven (ci-après « l'équipe universitaire »).<sup>5</sup> L'enquête poursuit trois objectifs :

- Comprendre les causes des dossiers incomplets et clarifier les motifs pour lesquels ces consommateurs n'ont pas donné suite au courrier du SMC les invitant à soumettre les informations manquantes nécessaires ;
- Comprendre, plus généralement, l'expérience et les attentes des consommateurs lorsqu'ils s'adressent au SMC ; et
- Formuler des recommandations pour améliorer le fonctionnement du SMC dans le futur.

Cette étude s'inscrit dans un projet de recherche financé par le Conseil européen de la Recherche qui s'intéresse aux innovations en matière d'accès à la justice civile (projet *Building EU Civil Justice* 2017-2022, *ERC-consolidator Grant* n° 726032, [www.euciviljustice.eu](http://www.euciviljustice.eu)), et en particulier au développement des méthodes de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation en Europe et leur impact sur les comportements des consommateurs. Les publications sur ce sujet sont disponibles à : [www.euciviljustice.eu/en/publications](http://www.euciviljustice.eu/en/publications).

## 3. Méthodologie

### • Un questionnaire en ligne envoyé à 1.606 consommateurs

A l'hiver 2018, le SMC et l'équipe universitaire ont établi ensemble un questionnaire de 16 questions disponible en français, en néerlandais et en anglais. Début janvier 2019, Le SMC a contacté par email 1.606 consommateurs ayant introduit des dossiers incomplets pendant l'année 2018. L'email du SMC contenait un lien qui redirigeait les consommateurs vers l'enquête en ligne dans la langue de leur choix. Celle-ci était hébergée par la plateforme *Qualtrics*. Au cours du mois de janvier 2019, le SMC a ensuite envoyé deux emails de rappel. Chaque participant ne pouvait répondre qu'une seule fois à l'enquête. L'enquête a été clôturée début février 2019. Le taux de participation s'établit à 21% (341 réponses reçues au total). Il est à noter que ce taux varie cependant en fonction des questions posées. En effet, les participants n'étaient pas contraints de répondre à toutes les questions posées dans l'enquête. Par conséquent, le taux de participation a été occasionnellement inférieur pour certaines d'entre elles (cf. *Annexe 2* pour le détail des réponses et des taux de participation par question). Le 29 avril 2019, l'équipe universitaire a présenté les résultats de l'enquête au comité de direction du SMC composé de représentants du Service de médiation pour les communications, du Service de médiation pour le secteur postal, du Service de médiation pour l'énergie, du Service de médiation pour les voyageurs ferroviaires, du Service de médiation pour les assurances, et du Service de médiation des services financiers.

### • Limites méthodologiques

Le SMC et l'équipe universitaire ont porté une attention particulière au nombre de questions posées dans l'enquête. Il a été décidé de limiter leur nombre afin de ne pas dissuader les participants, et de limiter les risques d'abandon. Certains points de discussions n'ont donc pas été soulevés dans ce

---

<sup>5</sup> Nous tenons également à remercier Pieter-Jan de Koning et Peter Caluwé ainsi que toute l'équipe du SMC pour leur assistance tout au long de ce projet.

questionnaire. Ceux-ci pourront éventuellement faire l'objet d'une enquête complémentaire dans le futur. Par ailleurs, le questionnaire en ligne, en tant que méthode d'investigation, comporte plusieurs limitations d'ordre méthodologique. La manière de formuler une question ou le choix des réponses préétablies peuvent par exemple suggérer aux participants une orientation particulière dans leur réponse. Les questions peuvent également être comprises ou interprétées différemment selon les participants. Enfin, le questionnaire étant disponible en trois langues, de possibles différences de terminologie ont pu également jouer sur les réponses obtenues. Afin de donner un maximum d'espace aux participants et de leur donner l'occasion de s'exprimer librement, des champs d'argumentation libres ont été inclus pour 11 questions (sur 16 au total).

Enfin, il est important de rappeler les caractéristiques du groupe de consommateurs contactés dans le cadre de cette enquête. Il s'agit en effet d'une fraction limitée du nombre total de consommateurs ayant envoyé un dossier au SMC en 2018 (le nombre total de dossiers s'élevant à 9.078). Par ailleurs, dans la mesure où ces consommateurs ont été contactés en raison de leur abandon de la procédure, il s'agit *a priori* d'une catégorie ayant eu une expérience défavorable avec le SMC, ou du moins qui a été déçue des services proposés. L'objectif de cette enquête était précisément de s'intéresser à ce profil bien spécifique de consommateurs. Cette enquête ne prétend donc pas être représentative de l'ensemble des consommateurs ayant fait appel au SMC en 2018.

#### **4. Profil des participants**

68% des participants ont complété l'enquête en néerlandais, 28% en français et 4% en anglais (à titre de comparaison, il est utile de souligner que 71% de l'ensemble des dossiers enregistrés en 2018 par le SMC étaient en néerlandais contre 29% en français).<sup>6</sup> Les données collectées relatives au profil des participants portaient sur la tranche d'âge, le sexe et la province de leur domicile. Aucune donnée susceptible d'identifier individuellement ou de tracer les consommateurs n'a été collectée.

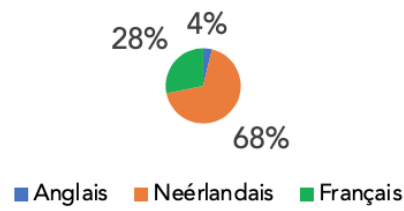
La majorité des personnes ayant participé à cette enquête...

- Sont de sexe masculin ;
- Appartiennent aux tranches d'âges « 56-65 ans », puis « 46-55 » ans ; et
- Résident dans les provinces d'Anvers (1), Flandre-Orientale (2), Brabant-Flamand (3) puis Bruxelles-Capitale (4).

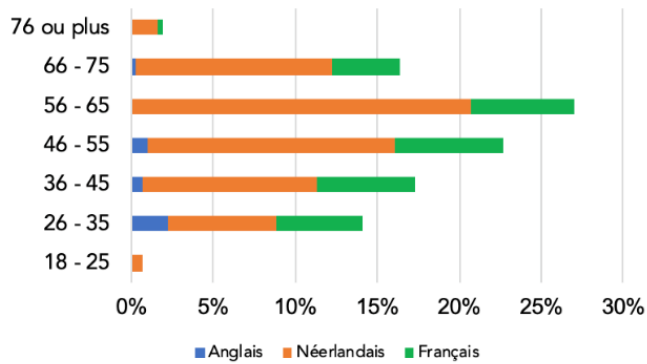
---

<sup>6</sup> SMC, Rapport annuel 2018, p.6

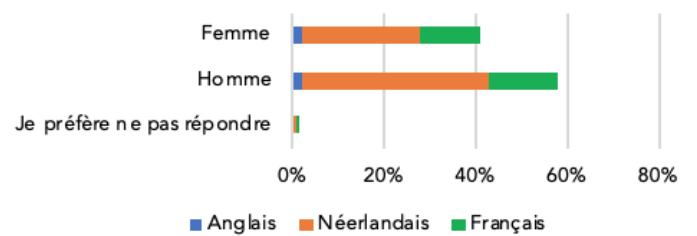
## langue



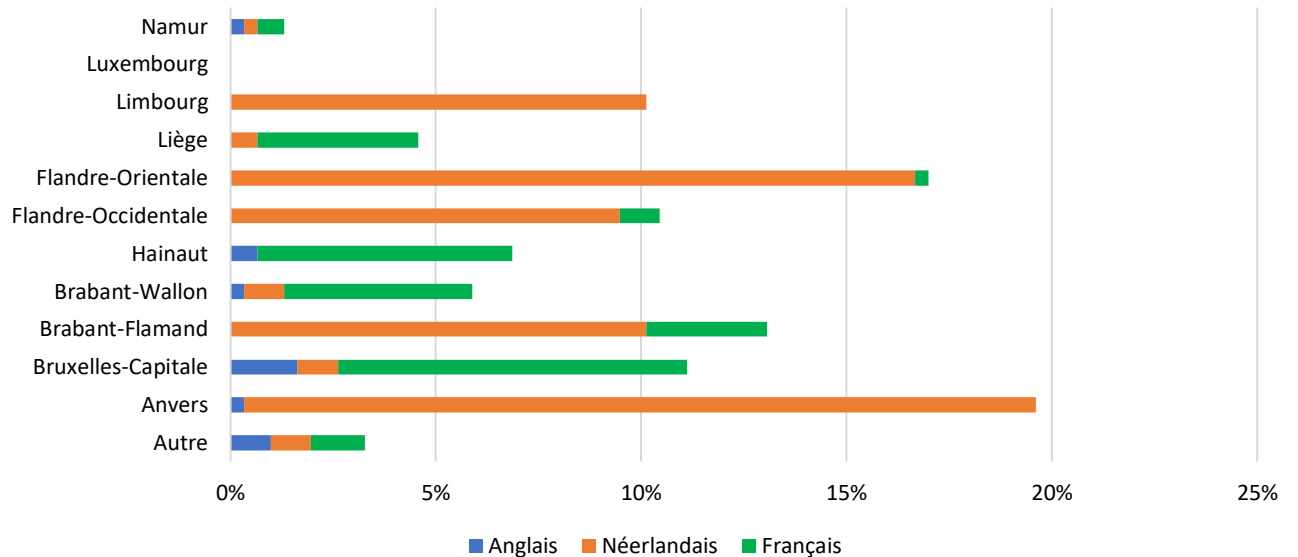
## Âge



## Sexe

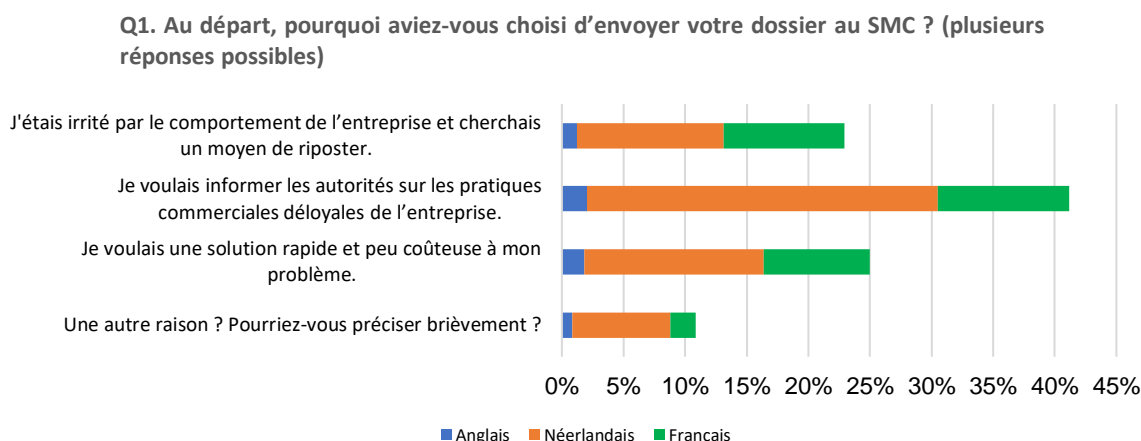


## Province



## 5. Résultats

Les résultats des enquêtes en français, néerlandais et anglais sont ci-dessous présentés de manière consolidée. En raison du grand nombre de participants ayant utilisé les champs libres afin d'exprimer leurs points de vue et/ou ajouter des informations supplémentaires, il a été décidé de regrouper ces points de vue et de les présenter par catégorie. Ces catégories ont ensuite été illustrées avec des exemples de commentaires reçus.

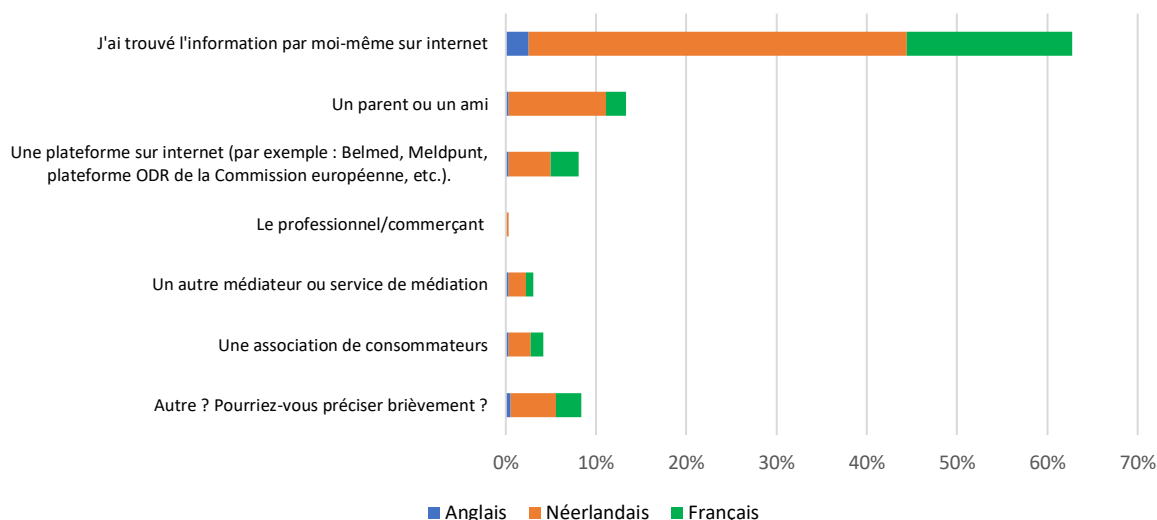


Autres raisons mentionnées, par catégorie :

- **Le consommateur voulait s'informer sur ses droits (exemples)**
  - "Wou weten wat de regelgeving was en hoe ik mij kon verdedigen".
  - "Ik wilde graag info over de rechten van de consument".
  - "Ik wilde informatie gekomenen".
- **Le consommateur voulait contraindre le professionnel à répondre (exemples)**
  - "Je voulais que l'entreprise résolve mon problème et que cette démarche l'oblige à remplacer les objets défectueux vendus".
  - "Ik wilde een antwoord op nooit beantwoorde vragen van het bedrijf".
- **Le consommateur cherchait une solution de dernière chance (exemples)**
  - "Bedrijf wilde me niet helpen, op die manier wilde ik meer druk zetten".
  - "Ik had alles geprobeerd en kwam niet snel tot oplossing... dit leek mij nog de enige manier".



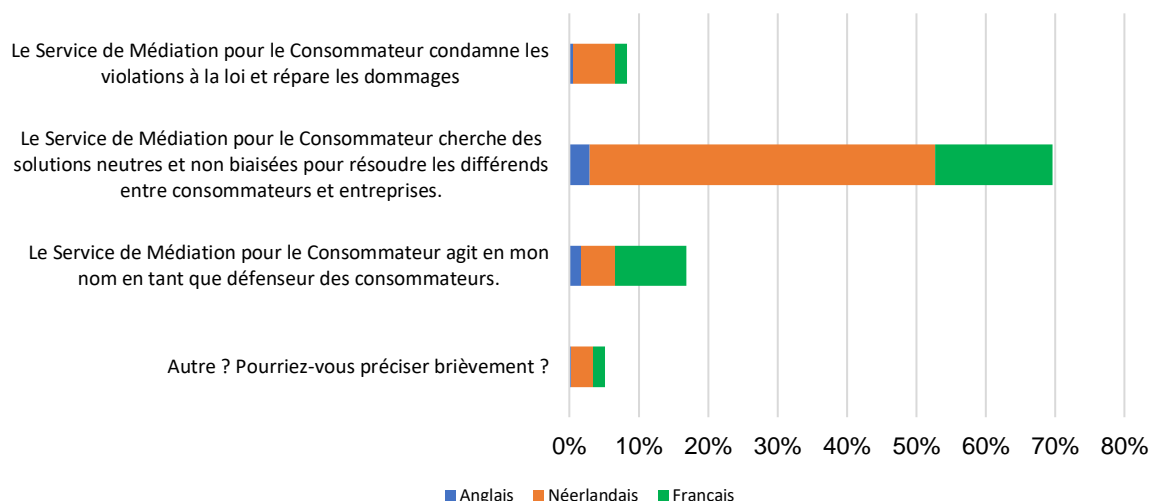
### Q2 - Qui vous a dirigé vers le SMC ? (plusieurs réponses possibles)



#### Autres (exemples) :

- "My insurance company out of chat on my problem with my landlord".
- "Lokale politie".
- "Ik hoorde van het bestaan op een nieuwsuitzending".
- "Geleerd in de opleiding verzekeringstussenpersoon".
- "Mijn mutualiteit".
- "SPF Economie".
- "Mon assureur".
- "Ik hoorde van het bestaan op een nieuwsuitzending".
- "Je connaissais l'existence".

### Q3 - Connaissez-vous le rôle du SMC ? (plusieurs réponses possibles)

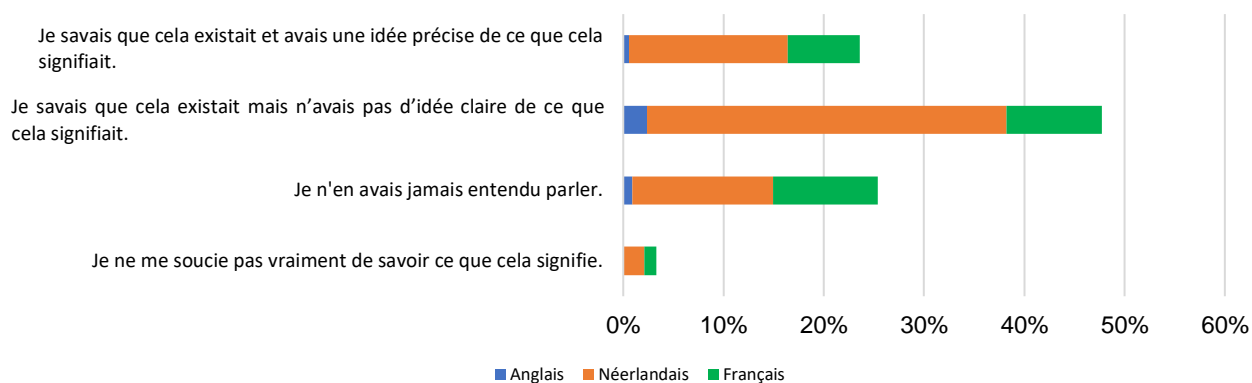


#### Autres (exemples) :

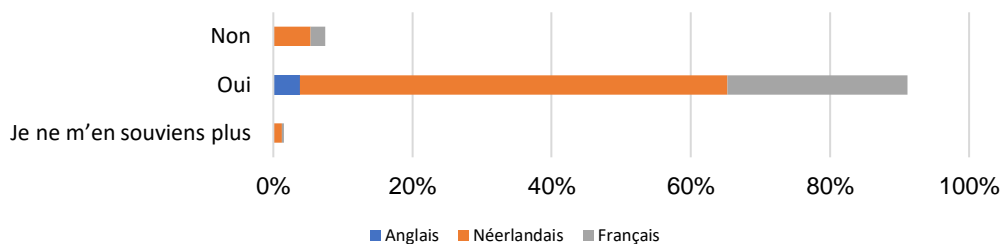
- "Not sure but certainly supports consumer in conflicts/problems with other entities".
- "Consumentenombudsdienst moet er ook zijn om de consumenten te beschermen. Verdedigt niet enkel mijn belangen maar van alle burgers die op een of andere manier schade hebben opgelopen".

- "J'aimerais que le Service de Médiation signale au Ministère responsable la dérive totale dans la prestation de services et la vente de biens dont le client est victime. Les lois (UE et belges) restent lettre morte".
- "Le Service de Médiation contribue à restreindre les pratiques déloyales des commerçants et en même temps à sensibiliser les consommateurs non avertis, dans la mesure où un tel Service a compétence pour interpellier un commerçant contre des pratiques déloyales nuisant aux consommateurs".

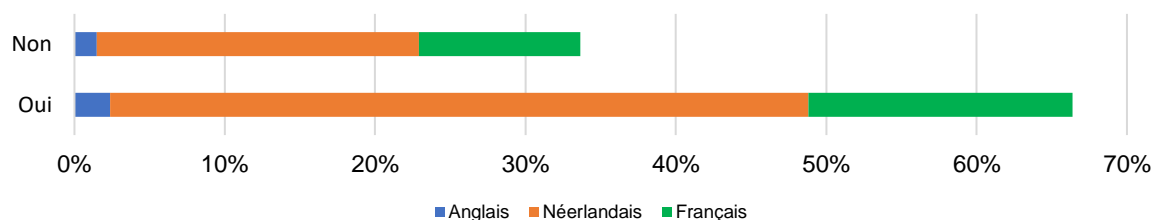
**Q4 - Avant de contacter le SMC, connaissiez-vous le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation (comme la médiation, la conciliation par exemple) ?**



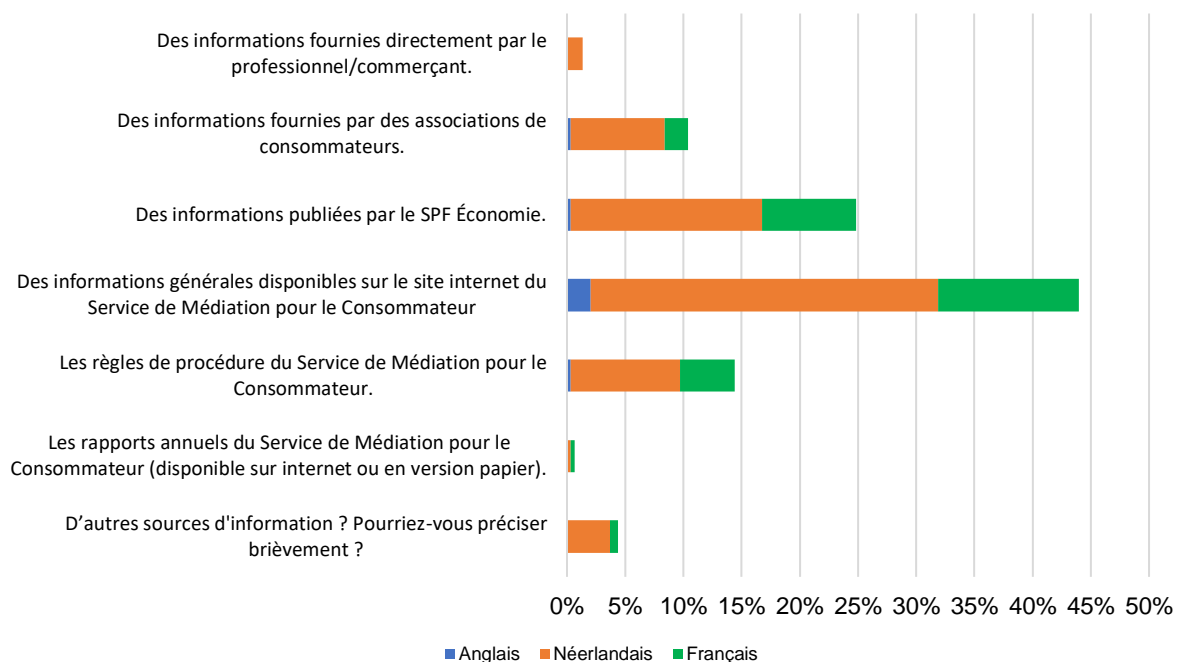
**Q5 - Aviez-vous pris contact avec le professionnel/commerçant avant d'envoyer votre dossier au SMC ?**



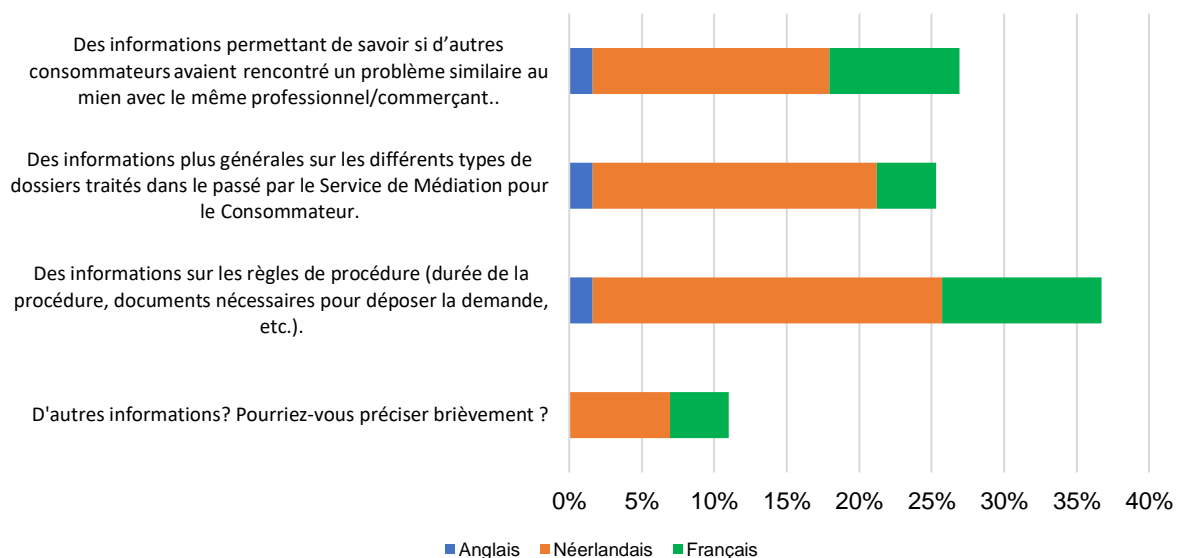
**Q6 - Avant d'envoyer votre dossier, étiez-vous préalablement informé sur le rôle et le travail du SMC ?**



**Q6a- Quel (s) document (s) concernant le SMC aviez-vous lu? (Plusieurs réponses possibles)**



**Q6b - Quel type d'information recherchez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)**

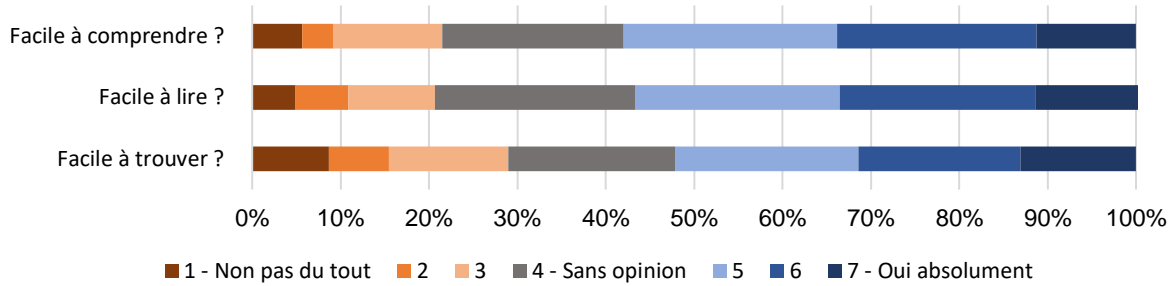


**Autres (exemples) :**

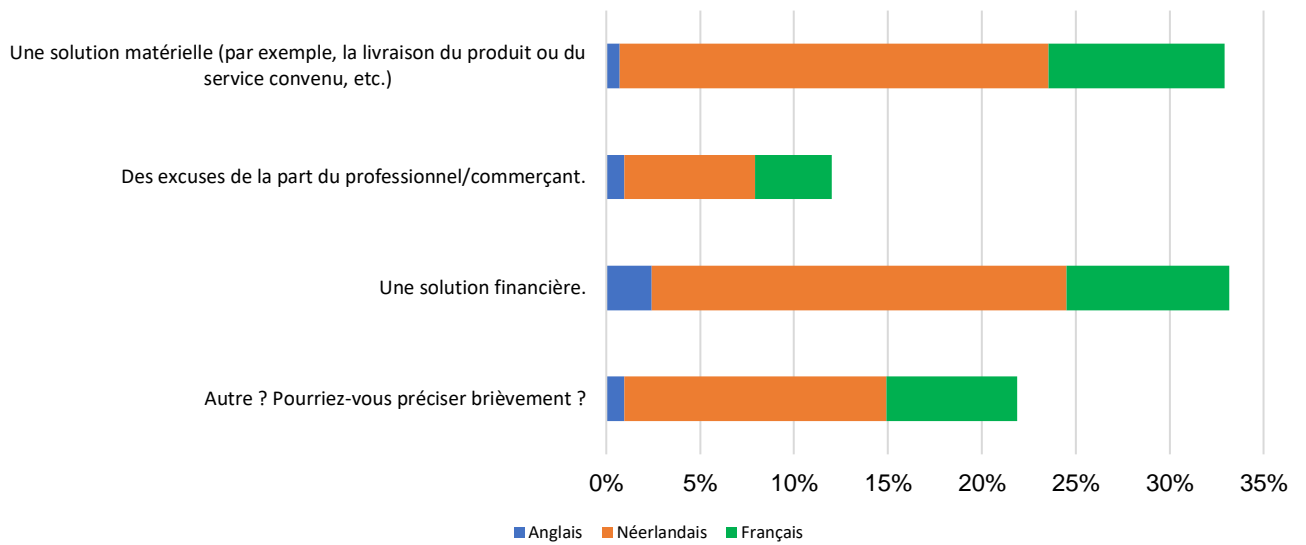
- "Geen informatie gezocht, maar wilde mijn probleem melden".
- "Ik zocht geen info; ik wou Consumentendienst informeren over bedrieglijke praktijken van een bedrijf(...)".
- "Informatie zocht ik niet zozeer. Wel gezaghebbende steun van een officiële autoriteit tegen het feit dat het bedrijf garantie weigert enkele maanden na aankoop (...)".
- "Ik heb niet gezocht naar informatie over hun werk maar naar hun contactgegevens".
- "Hoe en wat ik kon doen om dit probleem aan de orde te stellen".
- "Je voulais connaître les compétences du service de médiation pour le consommateur".
- "Type de documents à présenter comme preuve".
- "Mes droits de consommateurs".

- "Wat ik in mijn geval kon doen om het probleem op te lossen".
- "Type de documents à présenter comme preuve, surtout de la (des) plainte(s) préalablement introduites auprès de la société concernée. Ceci est difficile/impossible : sites avec liens qui ne fonctionnent pas/ ou ne donne pas de copie des messages, pas de réponse, pas d'adresse mail".

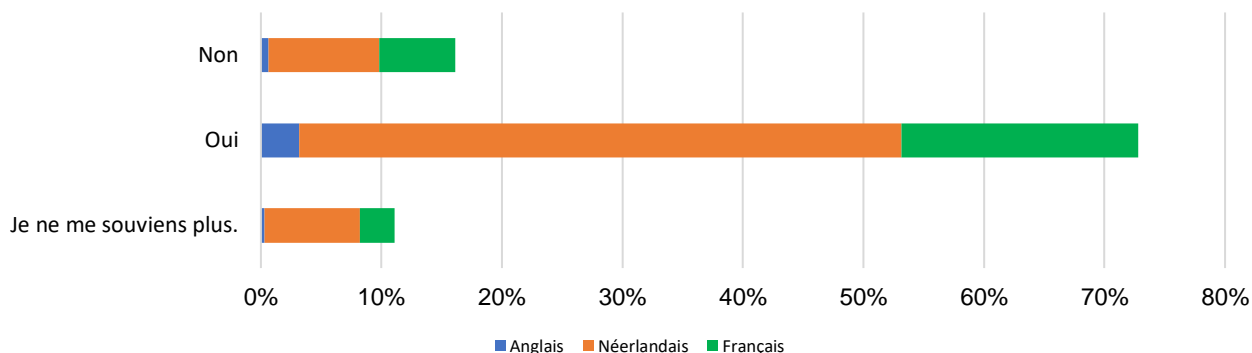
**Q6c - Avez-vous trouvé les informations disponibles sur le site internet du SMC ainsi que sa documentation papier...**



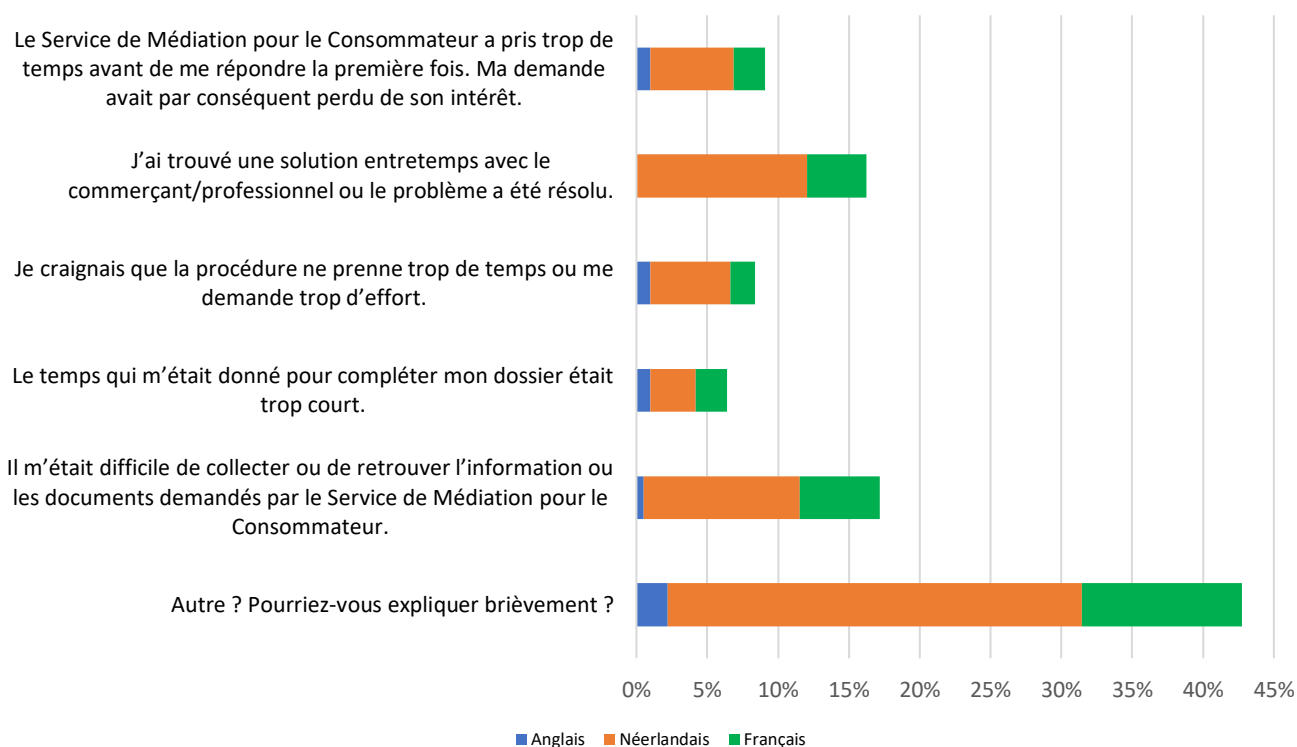
**Q7 - Lorsque vous avez contacté le SMC en 2018, quel(s) type(s) de solution de la part du professionnel/commerçant souhaitez-vous ? (plusieurs réponses possibles)**



**Q8 - Après une évaluation préliminaire de votre dossier, le SMC a considéré que votre dossier ne pouvait être traité en l'état en raison d'un manque d'information. Le SMC vous a envoyé une lettre/e-mail vous demandant de compléter votre dossier.**



**Q9 - Pour quelle(s) raison(s) avez-vous décidé de ne pas compléter votre dossier et de ne pas poursuivre votre demande auprès du SMC ? (Plusieurs réponses possibles)**



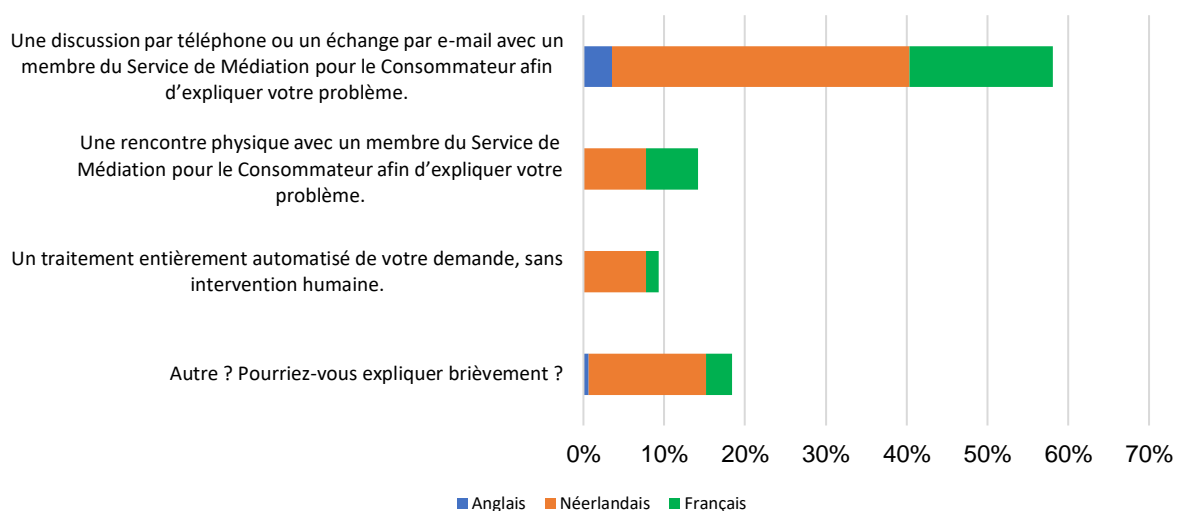
Autres raisons évoquées, par catégorie :

- Le consommateur n'a pas retrouvé ou n'a pas pu transmettre les informations demandées par le SMC (échanges avec le professionnel uniquement par téléphone, factures perdues, etc.)
  - "Ik vond mijn factuur niet meer".
  - "De correspondentie was telefonisch".
  - "Er werden bewijzen van contact gevraagd, maar ik had enkel een aantal telefoons gepleegd, en daar had ik geen opname of bewijs van".
  - "Het bedrijf weigerde mij de betreffende factuur af te leveren".
  - "Ik heb enkel telefonisch contact gehad met het bedrijf, en kon geen geschriften voorleggen".
  - "I didn't have those documents".

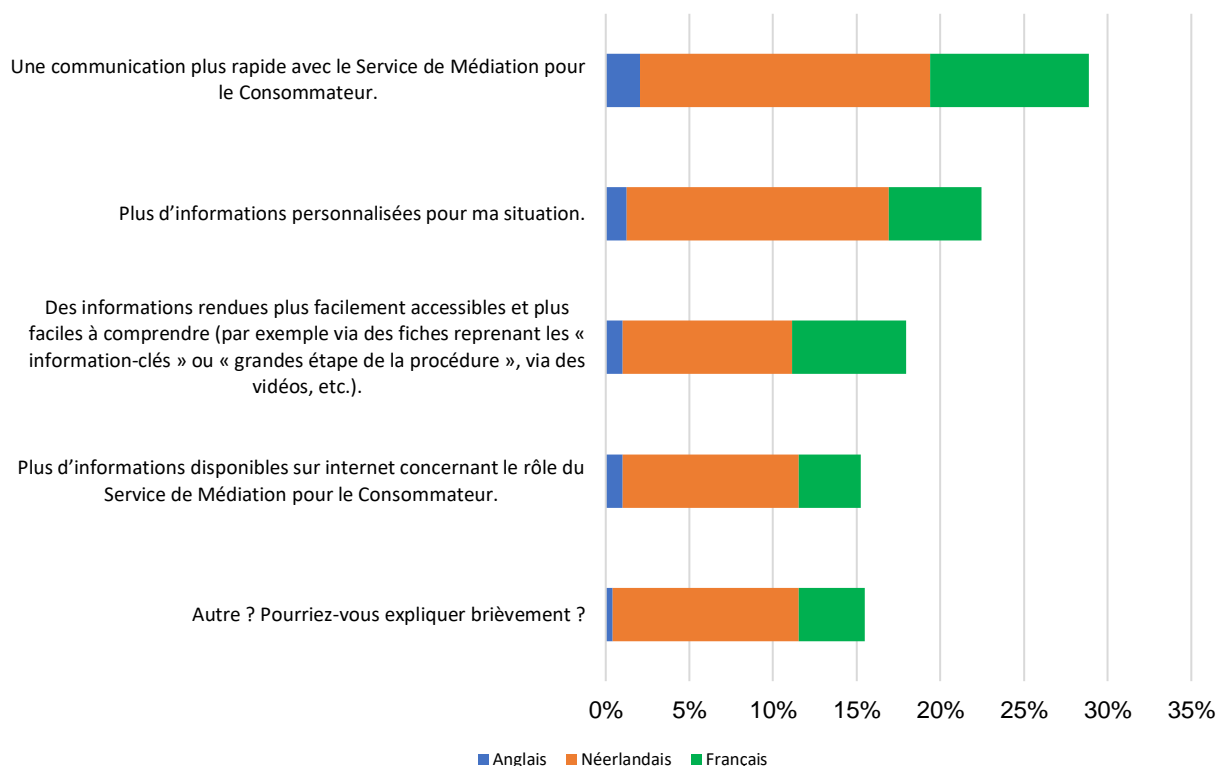
- "Ik moest een bewijs indienen waarbij bleek dat bedrijf geen gehoor wou geven aan m'n klacht, en het bedrijf weigerde om een geschreven bewijs te leveren".
  - "Sommige documenten die er gevraagd werden, had ik niet".
  - "Ik legde meermaals uit dat alles telefonisch gebeurde en via de website. Van beide kon ik geen bewijs voorleggen. Dit was net het hele probleem. Er was geen mail ter ontvangst gekomen, enkel een popup. Desondanks bleef uw collega vragen achter bewijs".
  - "Het bedrijf stelde ons de documenten niet ter beschikking, dus ik kon geen documenten voorleggen".
  - "Je n'étais plus en possession des documents nécessaires".
- **Le consommateur a contacté quelqu'un d'autre pour régler son problème (avocat, association de consommateurs, etc.) :**
    - "Het probleem was al opgelost via een advocaat".
    - "Later, I found more appropriate to talk to a lawyer specialized in tenant-landlord relationships. In the meantime, I found a lawyer and decided to proceed with him".
    - "Dossier ingediend bij vredegerecht".
    - "Je me suis jointe à une plainte publique (par l'intermédiaire de test achat) portée auprès du procureur contre la société en question".
    - "J'ai pris renseignements auprès d'un avocat".
    - "Na een tweede poging om het webformulier succesvol in te vullen, kreeg ik niet een bevestigingsmail dat mijn aanvraag goed was ontvangen. Na een 2tal weken kreeg ik een mail om dossier verder te aan te vullen. Wij waren toen met Testaankoop begonnen om het probleem op te lossen en hoopten op een succesvol einde".
    - "Buiten een email bestond er geen verdere briefwisseling om over te maken. De rest van het geschil gebeurde met telefoongesprekken. Door tussenkomst van Testaankoop werd het geschil vlugger opgelost".
    - "Ik was in eerste instantie op zoek naar info/advies. Ondertussen was er al een advocaat in geschakeld."
    - "Inmiddels was gebleken dat ik met een oplichter te maken heb gehad die de naam van een bestaand bedrijf gebruikte. Ik heb een aanklacht bij de politie ingediend".
  - **Le consommateur a eu le sentiment que son dossier ne serait pas examiné avec sérieux par le SMC, ou a été dissuadé par le ton de la lettre envoyée par le SMC :**
    - "Le côté négatif de la formulation de la réponse du SMC ressemblait à une fin de non-recevoir".
    - "Ne semble pas intéressé à aider".
    - "Le courrier impersonnel du SMC me portait à croire qu'ils n'avaient même pas lu ma requête (...)".
    - "Finalement le SMC semblait donner raison à l'entreprise".
    - "Les documents fournis étaient largement suffisants pour comprendre le conflit qui m'opposait à l'entreprise. J'ai obtenu une réponse automatique similaire à celle que je recevais de l'entreprise. Donc j'ai décidé de baisser les bras, n'ayant pas plus confiance dans votre service".
    - "J'ai bien compris qu'on allait me faire tourner en rond et que j'allais y perdre mon temps".
    - "Ik had vrij snel begrepen dat uw organisatie al haar tijd steekt in nutteloos geschrijf en verder niets doet. Kortom bureaucratie. Het bedrijf in kwestie ka ondertussen lustig doorgaan met zijn malafide praktijken".
    - "De gemakkelijkste oplossing om problemen op de lange baan te schuiven is te melden dat het dossier onvolledig is. Dit standaardantwoord is de oorzaak van het feit dat velen afhaken".
  - **Le professionnel a cessé ses activités :**
    - "Er waren geen extra documenten en het bedrijf was toen al verdwenen van de aardbol".
    - "Le commerçant a fermé boutique".
  - **Le consommateur a rencontré des problèmes techniques lors de l'envoi des documents :**
    - "Unsuccessfully tried to fax documents several times and their fax machine would not connect. Finally, I sent a full documentation via international registered post (...)".
  - **Le consommateur était malade ou en déplacement :**
    - "In antwoord op hun mail heb ik de COD laten weten dat wij voor een tijdje in het buitenland verbleven en daar niet over de gevraagde documenten (of kopie ervan) zodat wij hen deze stukken niet binnen de door hen gestelde termijn van 10 dagen zouden kunnen overmaken".
    - "J'avais 10 jours pour répondre et j'étais en vacances sans Internet. Trop tard donc".

- Le consommateur a été contacté par le professionnel en parallèle :
  - "Le commerçant m'a contacté pour résoudre le problème".
  - "Voor consumentendienst had gereageerd, was er iemand van (.) die dan toch uiteindelijk de gegevens van mijn bestelling gevonden had en beloofd om dit terug te storten. Dit heeft uiteindelijk nog wel lang geduurd".
- Le consommateur a été redirigé vers un autre service de médiation puis ensuite de nouveau redirigé vers le SMC :
  - "De ombudsdienst heeft mijn verzoek afgewezen omdat zij van oordeel was dat mijn dossier behandeld moest worden door een ombudsdienst voor ondernemers. De ombudsdienst voor ondernemers oordeelde dat het dossier behandeld moest worden door de ombudsdienst voor particulieren. En toen was de cirkel rond".
- Procédure trop compliquée, manque d'accompagnement, le montant en cause ne valait pas l'effort, etc. :
  - "Te omslachtige administratieve behandeling, te weinig begeleidende ondersteuning door de ombudsdienst, enz".
  - "The amount disputed was not worth all this effort".

#### Q10 - Lorsque vous avez contacté le SMC, auriez-vous préféré...



**Q11 - Selon vous, quel(s) changements pourrai(en)t être de nature à améliorer le traitement des dossiers par le SMC dans le futur ? (plusieurs réponses possibles)**



Autres informations mentionnées, par catégorie :

○ Plus d'empathie :

- *"More gentle answer and empathy for my situation".*
- *"Une communication plus humaine et personnalisée. On a l'impression d'avoir des réponses écrites de type pré-écrite".*
- *"Un ton moins fonctionnaire et plus empathique".*
- *"Un traitement humain, de l'empathie".*
- *"Un vrai contact humain".*

○ Un meilleur contact et un meilleur aiguillage dès le départ :

- *"Meer persoonlijk contact".*
- *"Un premier contact téléphonique avec une personne capable de m'orienter et de déterminer immédiatement si le service est compétent".*
- *"Telefonisch contact opnemen zodat je beter kan toelichten waarover".*
- *"Een telefonisch contact wanneer blijkt dat er geen antwoord meer komt van de klager om uit te maken waarom dit zo is".*
- *"Kortere en concretere communicatie".*
- *"Par téléphone surtout. Par mail, il peut subsister beaucoup de malentendus".*
- *"Fully automated as much as possible with an option of call-back from the Service to fill the potentially missing details".*
- *"Un meilleur sens du service et d'orientation client (...)".*
- *"Geen automatisch format waar de opties zeer beperkt zijn".*
- *"Een vaste contactpersoon die contact opneemt indien er iets verandert of nodig is voor het dossier. Nu heb ik zelfs nooit respons gekregen".*
- *"Snellere communicatie, en een meer persoonlijke aanpak."*

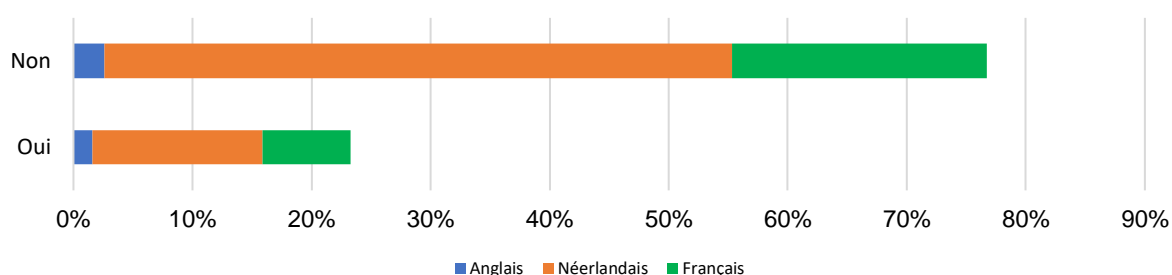
○ Une meilleure transparence sur l'ensemble du processus :

- *"Informatie over de status van de klacht".*
- *"Une simplification de la procédure".*



- "Bevestigingsmail na het invullen van het klachtenformulier met een vermelding van 'wachtijd' voor eerste behandeling".
- "Il paraît que des emails ne sont pas reçus ou lus par les destinataires. Mettre au point un système permettant au plaignant (1) d'avoir copie des réponses envoyées, (2) de suivre (tracking) les étapes de la procédure".
- "Onmiddellijk stoppen met de automatische mail waarin staat dat de gemelde aanvraag zo snel als mogelijk zal behandeld worden. Of zet erbij dat het toch wel een 4-tal maanden kan duren alvorens er enige vooruitgang in de zaak komt".
- "Eender welke communicatie zou fijn zijn. -Dossierstukken ontvangen -Dossier volledig/ onvolledig -Uw contactpersoon in dit dossier is... -Het dossier is binnen x tijd afgehandeld -De uitslag van uw dossier is..."
- "Een vaste contactpersoon die contact opneemt indien er iets verandert of nodig is voor het dossier. Nu heb ik zelfs nooit respons gekregen".

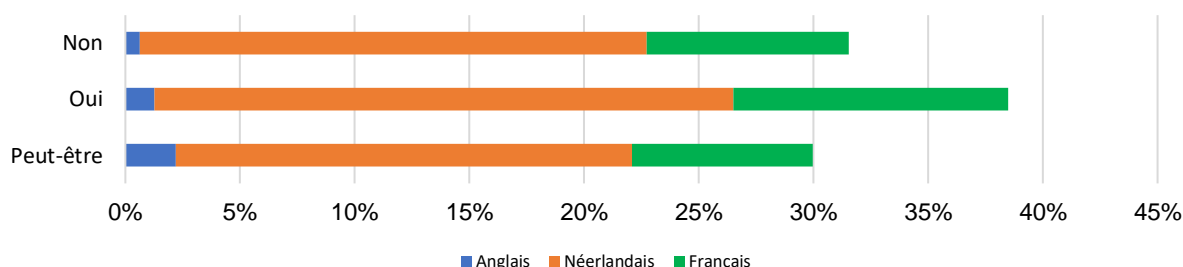
**Q12 - Y-a-t-il des informations supplémentaires que vous aimeriez connaître à l'avenir concernant les activités du SMC ?**



**Exemples :**

- "The timeline for a request to be processed, how long it takes between me submitting a complaint et receiving any non-automated response".
- "Duidelijke informatie over welke ombudsdienst welke verantwoordelijkheden heeft en een behandeling die deze verantwoordelijkheden respecteert".
- "Een duidelijke uitleg wat er precies kan worden gedaan door de consumentendienst aan mijn probleem. Kunne zij een rechtspraak aanspannen en heb ik een advocaat nodig en wie betaalt wat."
- "In welke situaties kunnen zij me helpen".
- "Wie beheert er wat, welke bevoegdheden, regionale actie, nationaal, Europees..."
- "Sur les arnaques sur internet et sur tout autre danger d'arnaque".
- "Est-ce que le service de médiation est en contact avec les associations de défense du consommateur ?"

**Q13 - Dans le futur, soumettriez-vous un nouveau dossier au SMC pour tenter de régler un problème avec un professionnel/commerçant ?**



## 6. Analyse

- **Perceptions du SMC et attentes des consommateurs**

La plupart des consommateurs ayant répondu à cette enquête ont pris contact avec le SMC afin d'alerter et de prévenir les autorités de l'existence de pratiques commerciales considérées comme déloyales (Q1). La majorité d'entre eux ont une vision correcte du rôle du SMC et ont indiqué que son rôle consiste en la recherche de solutions neutres et non biaisées pour résoudre les différends entre consommateurs et professionnels (Q3). Il est intéressant de noter qu'une fraction de consommateurs francophones a également indiqué que le SMC agit principalement comme défenseur des intérêts des consommateurs. Cette perception (erronée) est potentiellement liée à la dénomination même du SMC en français (*Service de Médiation pour le Consommateur*). Avant de contacter le SMC, une majorité de consommateurs avait une connaissance vague et générale sur la résolution extrajudiciaire des litiges de consommation, mais en pratique n'avaient pas d'idée claire ou exacte sur ce que cela signifiait (Q4). Quant à la solution recherchée, les consommateurs souhaitaient, de manière égale, une solution matérielle (par exemple, la réalisation du contrat ou le remplacement du produit en cause) ou une solution financière. La recherche d'excuse de la part du professionnel n'a, à l'inverse, joué qu'un rôle secondaire (Q7).

- **Aiguillage initial vers le SMC et informations sur les services proposés**

Dans leur très grande majorité, les consommateurs se sont dirigés vers le SMC à l'issue d'une recherche personnelle sur Internet (Q2), et après avoir contacté le professionnel (Q5). Ce résultat montre donc qu'un réflexe communément partagé par l'ensemble des consommateurs consiste à utiliser les moteurs de recherche en ligne comme source principale d'information. Selon l'enquête, les professionnels n'ont pas aiguillé les consommateurs vers le SMC. Par ailleurs, il apparaît que le SMC est relativement bien ancré dans le tissu familial et local : 14% des participants ont indiqué avoir été dirigé par le SMC par un membre de leur famille ou un ami, d'autres ont également indiqué avoir été redirigé par la police locale, leur assureur ou encore avoir été informé grâce à une lettre d'information d'un parti politique.

Une majorité de participants se sont informés sur le travail du SMC avant de soumettre leur dossier (Q6). Les principales sources d'informations ont été les informations générales disponibles sur la page d'accueil du SMC ainsi que les informations communiquées par le SPF Économie. En revanche, il apparaît clairement que les rapports annuels (en format papier ou électronique) ne sont que rarement lus (Q6a). Une majorité considère les informations disponibles sur le site Internet du SMC ainsi que sa documentation papier facile à comprendre, facile à lire, et facile à trouver (Q6c). Les consommateurs cherchent en premier lieu des informations sur les règles de procédure (durée de la procédure, documents nécessaires pour déposer une demande, etc.) (Q6b). Un paradoxe doit ici être noté entre les réponses aux questions Q6a (indiquant qu'une faible part des consommateurs avait lu les règles de procédure) et les réponses à la question Q6b (indiquant que le principal type d'information recherchée portait justement sur lesdites règles de procédure). Une explication possible à cette situation est liée au fait que les règles de procédure sont indiquées sur le site Internet du SMC dans un onglet intitulé « En pratique » et au fait que les consommateurs n'aient pas nécessairement fait le lien entre cet onglet et les règles de procédure. Il semblerait donc qu'il y ait un problème d'accès aux règles de procédure.

- **Décision des consommateurs de ne pas continuer la procédure commencée**

Une majorité de consommateurs a indiqué avoir reçu le courrier du SMC les informant que leur dossier était incomplet, et les invitant à soumettre les informations manquantes (Q8). Parmi les raisons invoquées pour justifier la décision de ne pas poursuivre la procédure, la plupart ont indiqué le champ « Autres » (Q9). En raison du grand nombre de commentaires reçus (174 au total), ces raisons ont été regroupées en catégories, à savoir :

- Le consommateur n'a pas retrouvé ou n'a pas pu communiquer les informations demandées par le SMC (échange avec le professionnel uniquement par téléphone, perte de la facture, etc.). ;
- Le consommateur a contacté et demandé l'assistance d'une autre personne pour régler son problème (avocat, association de consommateur, etc.). ;
- Le consommateur a estimé que son dossier ne serait pas examiné avec sérieux ou a été dissuadé par le ton de la lettre envoyée par le SMC ;
- Le professionnel a cessé ses activités ;
- Le consommateur a rencontré des problèmes techniques lors de l'envoi des documents ;
- Le consommateur était malade ou en déplacement ;
- Le consommateur a été contacté en parallèle par le professionnel ;
- Le consommateur a été redirigé vers un autre service de médiation puis ensuite de nouveau redirigé vers le SMC ;
- Le consommateur a considéré que la procédure du SMC était trop compliquée, ou le montant/problème en cause ne valait pas la peine de poursuivre les démarches en cours.

- **Suggestions des consommateurs pour faciliter le travail du SMC**

Une majorité de consommateurs a exprimé une préférence pour un contact direct et personnalisé avec le SMC (par téléphone ou par échanges d'emails) qui leur permettraient d'expliquer directement leurs problèmes. A l'inverse, une minorité souhaite un service qui serait entièrement automatisé et fonctionnerait sans intervention humaine (Q10). Parmi les changements de nature à faciliter le traitement des dossiers dans le futur, une communication plus rapide et des informations personnalisées sont les options principalement retenues. Dans la catégorie « autres » (75 commentaires reçus au total), les consommateurs ont également indiqué l'importance d'une meilleure empathie de la part du SMC, la nécessité d'un meilleur contact et d'un aiguillage initial plus efficace, une meilleure transparence sur l'ensemble du processus, et une meilleure visibilité sur l'état de leurs dossiers (Q11, Q12). Au final, une majorité de participants se disent prêt à soumettre un nouveau dossier au SMC dans le futur afin de tenter de régler un problème avec un professionnel (Q13).

## **7. Recommandations**

- **Une meilleure information et un aiguillage initial plus efficace pour mieux gérer les attentes des consommateurs**

Cette étude a montré qu'un grand nombre de consommateurs considère le SMC comme un moyen d'alerter et d'informer les autorités sur des pratiques commerciales jugées abusives. Il existe cependant d'autres plateformes plus appropriées à cette fin, comme par exemple la plateforme Point de Contact / Meldpunt créée en 2016 par le SPF Économie en collaboration avec d'autres services. Celle-ci a précisément pour but de réceptionner les signaux venant de particuliers ou d'entreprises sur de possibles escroqueries, arnaques, fraudes diverses et autres pratiques commerciales abusives. Cette plateforme n'est cependant pas destinée à régler les différends. En cas de besoin, elle peut orienter les consommateurs vers la voie à suivre pour obtenir réparation.

Les plateformes fournissant une assistance aux consommateurs se sont multipliées ces dernières années (plateforme du SMC, Point de contact / Meldpunt, Belmed, plateforme ODR de la Commission européenne, etc.). En juin 2018, une proposition de loi a été déposée devant la Chambre des représentants afin de simplifier l'accès à ces différentes plateformes.<sup>7</sup> Cette proposition préconisait en particulier la mise en place d'un « guichet unique » dédié à la protection des consommateurs. Comme indiqué par les auteurs de la proposition de loi, ce point d'entrée unique « se chargerait de redistribuer la requête vers la plateforme la plus adéquate qui prendrait en charge la victime du comportement déloyal ». La création d'un tel guichet unique est souhaitable dans la mesure où celui-ci permettrait une meilleure rationalisation du cadre actuel, favoriserait une meilleure synergie entre plateformes, et permettrait d'améliorer la lisibilité des consommateurs sur les différents outils mis à leur disposition.

En l'absence d'un tel guichet unique, il est nécessaire que les consommateurs visitant le site Internet du SMC soient mieux aiguillés et mieux informés sur les différentes options et outils à leur disposition. Tout en assurant des passerelles entre plateformes, il est également nécessaire que le rôle de chaque outil soit clairement délimité : Point de Contact/Meldpunt pour les signalements de pratiques commerciales jugées abusives, SMC pour la résolution extrajudiciaire des litiges, site du SPF économie pour des informations générales sur les droits des consommateurs.

Enfin, la présentation de l'information disponible sur site du SMC pourrait être repensée. En particulier, l'onglet « En pratique » qui recense les principales informations sur le fonctionnement du SMC pourrait être renommé et son contenu simplifié (notamment avec l'utilisation d'images, de documents de type « check-list », ou de courtes vidéos).<sup>8</sup>

#### *Recommandations pour un meilleur aiguillage et une meilleure information des consommateurs :*

➡ **Inclure un outil d'aiguillage sur la page d'accueil du SMC** : la page d'accueil du site Internet du SMC doit informer de manière claire et simple les consommateurs (par exemple, sous le format d'une fenêtre « pop-up »), et les renvoyer vers les services adéquats.

Exemple :

 **Vous êtes consommateur et vous voulez...**

... **Signaler une fraude ou une arnaque aux autorités :**

→ Contactez Point de contact/Meldpunt (<https://meldpunt.belgie.be/meldpunt/>).

... **Trouver un règlement amiable à votre problème avec un professionnel**

→ Continuez avec le Service de Médiation pour le Consommateur.

... **Régler un problème transfrontalier** avec une entreprise établie hors Belgique et dans l'UE, la Norvège ou l'Islande ?

→ Contactez le Centre Européen des Consommateurs Belgique ([www.cecbelgique.be/](http://www.cecbelgique.be/)).

... **Vous informer sur vos droits en tant que consommateur ?**

→ Consultez le site du SPF Économie sur la protection du consommateur (<https://economie.fgov.be/fr/themes/protection-des-consommateurs>).

➡ **Inclure un document récapitulatif sur les missions du SMC** : celui-ci récapitulerait, de manière simple, les services que les consommateurs peuvent attendre du SMC, et inversement, ceux qui ne relèvent pas de sa compétence. L'utilisation d'outils de communication dynamiques et ludiques (comme par exemple de courtes vidéos explicatives) est à encourager.

<sup>7</sup> Proposition de résolution relative à la coordination des "points de contact" de l'Etat pour les consommateurs via un portail unique de la protection des consommateurs, 5 juin 2018 ([www.dekamer.be/FLWB/PDF/54/3144/54K3144001.pdf](http://www.dekamer.be/FLWB/PDF/54/3144/54K3144001.pdf)).

<sup>8</sup> Par exemple, Le Médiateur national de l'Énergie en France utilisent de courtes vidéos « Que peut faire le Médiateur de l'énergie pour moi » qui s'appuient sur des dossiers traités et anonymisés ([www.energie-mediateur.fr/les-litiges/recommandations-publiees/recommandations-en-video/](http://www.energie-mediateur.fr/les-litiges/recommandations-publiees/recommandations-en-video/)).

Exemple :

***Ce que le SMC peut faire pour vous :***

- Faciliter une résolution amiable de votre litige avec un professionnel.
- Vous diriger vers le service de médiation qui pourra vous aider.

***Ce que le SMC ne peut pas faire pour vous :***

- Vous fournir une analyse juridique détaillée de votre problème.
- Alerter les autorités au sujet de pratiques déloyales.

➡ **Réorganiser et simplifier l'information disponible sur le site Internet du SMC** : renommer l'onglet « En pratique » en « Comment saisir le Service de médiation ? » et simplifier l'information disponible, en particulier l'information relative aux règles de procédure.

- **Un meilleur relationnel entre le SMC et les consommateurs dès l'envoi de leur demande**

Cette enquête a montré que les consommateurs sont sensibles au ton utilisé par le SMC dans ses communications. Certains regrettent un manque d'empathie, considèrent que l'envoi de la lettre (*Annexe 2*) relève d'une approche trop mécanique et impersonnelle, ou souhaiteraient avoir la possibilité d'échanger directement avec le SMC pour expliquer leur situation. Le choix qui a été fait par le SMC est d'approfondir et d'humaniser la relation avec le consommateur à partir du moment où le dossier est complet. L'objectif est ici d'assurer une meilleure allocation des ressources disponibles en les réservant au traitement des dossiers complets. Suivant cette approche, la première phase de traitement des dossiers incomplets reste essentiellement automatisée. Il apparaît cependant nécessaire de faire évoluer cette pratique. Plusieurs recommandations peuvent être faites pour « humaniser » la communication du SMC dès le départ.

***Recommandations pour améliorer le relationnel entre le SMC et les consommateurs :***

➡ **Assouplir et humaniser le ton des communications** : le processus de communication avec les consommateurs aux dossiers incomplets doit être repensé. Plusieurs options sont envisageables : (1) envoyer un email aux consommateurs dans lequel le SMC demande l'envoi des documents manquants dans le corps même de l'email (et non plus sous la forme d'une lettre formelle jointe à l'email) ; le cas échéant, (2) garder le mécanisme de la lettre tel qu'il existe à ce jour mais simplifier et personnalisé son contenu, en identifiant notamment le(s) document(s) ou les informations attendues du consommateur. La lettre ou l'email devrait également comporter un numéro de téléphone permettant aux consommateurs d'entrer en contact avec une personne facilement identifiable au sein du SMC.

➡ **Introduire une possibilité de demander des délais pour communiquer les informations manquantes en cas d'indisponibilités** : l'email (ou, le cas échéant, la lettre) envoyé aux consommateurs indiquerait qu'en cas d'indisponibilité (voyage, maladie, etc.), le consommateur peut bénéficier d'un délai pour envoyer les informations manquantes.

➡ **Introduire un outil de type « enquête de satisfaction annuelle » pour tous les consommateurs ayant fait appel au SMC** : cet outil permettrait au SMC de se tenir informé sur les attentes de ses utilisateurs, et le cas échéant, lui permettrait de faire évoluer ses services.

- **Une meilleure transparence sur l'ensemble du processus de traitement des dossiers**

Plusieurs consommateurs ont exprimé le souhait de disposer d'une meilleure transparence sur la progression de leurs dossiers dès que ceux-ci sont envoyés au SMC (le dossier a-t-il été bien reçu par les services du SMC ? est-il en cours de traitement ? A-t-il été clôturé ? etc.). S'il n'est pas possible pour le SMC, tant matériellement qu'humainement, de tenir individuellement informé tous les consommateurs qui font appel à ses services, la création d'un outil de « tracking » pourrait néanmoins permettre aux consommateurs de se tenir informés en temps réel. Ce système enverrait un email automatisé au consommateur en cas de changement dans le statut du dossier. A titre de comparaison, une enquête menée en 2015 par *Ombudsfin*<sup>9</sup> a souligné également que « beaucoup de requérants s'inquiètent de leur dossier en cours et aimeraient être davantage tenus au courant de l'évolution de celui-ci ».<sup>10</sup> Pour répondre à ces préoccupations, *Ombudsfin* a mis en place en 2016 une plateforme permettant aux consommateurs et aux institutions financières de suivre les différentes étapes de la procédure et les actions entreprises. Il apparaît nécessaire d'uniformiser les pratiques entre les différents Services de médiation, ou du moins de partager les Bonne Pratiques favorisant une plus grande transparence. Il serait également utile que cet outil de « tracking » donne la possibilité aux consommateurs de clôturer leur dossier par eux-mêmes (dans l'hypothèse où, par exemple, ces derniers ont préféré se tourner vers un avocat pour les aider dans leurs démarches). Cet outil permettrait au SMC de suivre les évolutions des dossiers incomplets et les raisons ayant conduit les consommateurs à abandonner la procédure en cours.

*Recommandations pour améliorer la transparence sur l'ensemble du déroulement du traitement des dossiers*

➡ **Créer un mécanisme dit de « tracking »** : celui-ci permettrait aux consommateurs (et aux professionnels) de se tenir informés sur l'évolution des dossiers, et montrerait aux consommateurs que les services du SMC sont en train de travailler sur leur cas. Cette plateforme pourrait également abriter un outil de communication avec le SMC sur le modèle d'une « hot line », d'un « chat en ligne » ou de tout autre forme de messagerie instantanée.

➡ **Inclure un outil permettant aux consommateurs de clôturer leurs dossiers par eux-mêmes en indiquant une raison.**

---

<sup>9</sup> Entité qualifiée de résolution extrajudiciaire des litiges dans le secteur financier.

<sup>10</sup> Ombudsfin, Rapport annuel 2015, p.6.

## 8. Résumé des recommandations

### **Un meilleur aiguillage et une meilleure information des consommateurs :**

- ➡ Inclure un outil d'aiguillage sur la page d'accueil du SMC.
- ➡ Inclure un document récapitulatif sur les missions du SMC.
- ➡ Réorganiser et simplifier l'information disponible sur le site Internet du SMC.

### **Un meilleur relationnel entre le SMC et les consommateurs dès l'envoi de leur demande :**

- ➡ Assouplir et humaniser le ton des communications.
- ➡ Introduire une possibilité de demander des délais pour communiquer les informations manquantes en cas d'indisponibilités.
- ➡ Introduire un outil de type « enquête de satisfaction annuelle » pour tous les consommateurs ayant fait appel au SMC.

### **Une meilleure transparence sur l'ensemble du processus de traitement des dossiers :**

- ➡ Inclure un mécanisme de « tracking » permettant à toutes les parties d'avoir un aperçu sur le traitement et l'évolution du dossier et de se tenir informées.
- ➡ Inclure un outil permettant aux consommateurs de clôturer leurs dossiers par eux-mêmes.

## Annexe 1 : Email du SMC envoyé aux consommateurs avec des dossiers incomplets

*Sujet: "Complaint RES/2018/..."*

"Dear Sir / Madam,  
Please find attached a letter regarding your complaint submitted to the Consumer Mediation Service  
Sincerely,  
The Consumer Mediation Service"

---

"Sehr geehrte Frau/Herr,  
Im Anhang finden Sie ein Schreiben zu Ihrer Beschwerde an den Verbraucherombudsdienst.  
Mit freundlichen Grüßen  
Der Verbraucherombudsdienst"

--

"Madame, Monsieur,  
Vous trouverez, ci-joint, un courrier relatif à votre plainte introduite  
auprès du Service de Médiation pour le Consommateur.  
Meilleures salutations,  
Le Service de Médiation pour le Consommateur"

--

"Geachte,  
U vindt in bijlage een schrijven met betrekking tot uw klacht ingediend  
bij de Consumentenombudsdienst.  
Met vriendelijke groeten,  
De Consumentenombudsdienst"



## Annexe 2 : Lettre du SMC jointe à l'email (version française et néerlandaise)



Bruxelles, le «DateJour»

«Plaignant\_Firme» «Plaignant\_Forme\_juridique1»  
«Plaignant\_Titre1» «Plaignant\_Prénom» «Plaignant\_Nom»  
«Plaignant\_Rue» «Plaignant\_Numéro\_maison»  
«Plaignant\_Code\_postal» «Plaignant\_Localité»  
«Plaignant\_Pays»

Réf: RES/«Dossier\_Année»/«Dossier\_Numéro»

Votre correspondant : «Dossier\_Nom\_complet»

Objet : Dossier introduit auprès du Service de Médiation pour le Consommateur

«Plaignant\_Titre1» «Plaignant\_Nom»,

Nous avons bien reçu votre demande de règlement extrajudiciaire d'un litige de consommation. Toutefois, nous constatons que celle-ci est **incomplète**.

Afin de poursuivre le traitement de votre dossier, nous devons au moins disposer des éléments suivants :

- Une description concise mais claire de votre demande et, le cas échéant, une proposition de solution.
- Les coordonnées de l'entreprise concernée : nom, adresse, numéro d'entreprise,...
- La preuve que vous avez tenté de résoudre votre litige directement avec l'entreprise : lettre recommandée, correspondance, e-mails,...

Toutefois, afin de pouvoir évaluer le litige de manière approfondie, il est souhaitable de nous fournir également des copies d'autres documents qui peuvent être en votre possession : contrat, devis, bon de commande, facture, preuve de paiement, conditions générales de vente, etc.

Nous vous remercions de bien vouloir nous faire parvenir ces informations endéans les 10 jours ouvrables à dater de la présente. **A défaut de réponse de votre part, votre plainte ne pourra pas être prise en considération.**

Vous trouverez également ci-joint une brève description de la procédure et des informations utiles sur le fonctionnement du Service du Médiateur pour le consommateur.

Nous vous prions de croire, «Plaignant\_Titre1» «Plaignant\_Nom», à l'assurance de nos sentiments les meilleurs.

XXXXXXX  
Présidente du Comité de Direction

Brussel, «DateJour»

«Plaignant\_Firme» «Plaignant\_Forme\_juridique2»  
«Plaignant\_Titre2» «Plaignant\_Prénom» «Plaignant\_Nom»  
«Plaignant\_Rue» «Plaignant\_Numéro\_maison»  
«Plaignant\_Code\_postal» «Plaignant\_Localité»  
«Plaignant\_Pays»

*Ref.: RES/«Dossier\_Année»/«Dossier\_Numéro»*

*Uw correspondent: «Dossier\_Nom\_complet»*

*Betreft: Dossier ingediend bij de Consumentenombudsdienst*

«Plaignant\_Salutation2» «Plaignant\_Nom»,

Wij ontvingen in goede orde uw vraag tot tussenkomst in een consumentengeschil. Na grondige analyse van uw dossier stellen wij echter vast dat dit onvolledig is.

Om uw dossier te kunnen behandelen dienen wij minstens over de volgende zaken te beschikken:

- Een beknopte maar duidelijke omschrijving van uw klacht en eventueel een voorstel tot oplossing.
- De gegevens van de onderneming: naam, adres en eventueel het ondernemingsnummer.
- Bewijs dat u reeds zelf geprobeerd heeft om rechtstreeks met de onderneming een oplossing voor uw geschil te vinden: briefwisseling, e-mails

Om het geschil grondig te kunnen beoordelen, is het echter wenselijk om ons eveneens kopieën te bezorgen van andere documenten die mogelijk in uw bezit zijn: contract, offerte, bestelbon, factuur, betaalbewijs, algemene voorwaarden, ...

Wij verzoeken u vriendelijk om ons de gevraagde informatie **binnen de 10 werkdagen** te bezorgen. Indien u niet (tijdig) antwoordt, zal uw klacht niet in behandeling worden genomen.

U vindt hierbij gevoegd ook een korte weergave van de procedure bij en nuttige informatie over de werking van de Consumentenombudsdienst.

Met de meeste hoogachting,

xxxxxxx  
Voorzitster van het Directiecomité

## Annexe 3 : Réponses détaillées

### Q1 - Au départ, pourquoi aviez-vous choisi d'envoyer votre dossier au Service de Médiation pour les Consommateurs ? (Plusieurs réponses sont possibles)

Total : 340

FR : 96

NL : 232

EN : 13

	FR	NL	EN
Je voulais une solution rapide et peu coûteuse à mon problème.	42	71	9
Je voulais informer les autorités sur les pratiques commerciales déloyales de l'entreprise	52	139	10
J'étais irrité par le comportement de l'entreprise et cherchais un moyen de riposter	48	58	6
Une autre raison ? Pourriez-vous préciser brièvement ?	10	39	4

### Q2 - Qui vous a dirigé vers le Service de Médiation pour le Consommateur ? (Plusieurs réponses sont possibles)

Total : 341

FR : 96

NL : 232

EN : 13

	FR	NL	EN
Une association de consommateurs	5	9	1
Un autre médiateur ou service de médiation	3	7	1
Le professionnel/commerçant directement	0	1	0
Une plateforme sur internet (par exemple : Belmed, Meldpunt, plateforme ODR de la Commission européenne, etc.)	11	17	1
Un parent ou un ami	8	39	1
J'ai trouvé l'information par moi-même sur internet.	66	151	9
Autre ? Pourriez-vous préciser brièvement ?	10	18	2

### Q3 - Connaissez-vous le rôle du Service de Médiation pour le Consommateur ? (Plusieurs réponses sont possibles)

Total : 341

FR : 96

NL : 232

EN : 13

	FR	NL	EN
Il agit en mon nom en tant que défenseur des consommateurs.	42	20	7
Il cherche des solutions neutres et non biaisées pour résoudre les différends entre consommateurs et entreprises.	69	203	12
Il condamne les violations à la loi et répare les dommages.	7	25	2
Autre ? Pourriez-vous préciser brièvement ?	7	13	1

**Q4 - Avant de contacter le Service de Médiation pour le Consommateur, connaissiez-vous le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation (comme la médiation, la conciliation par exemple) ?**

Total : 335

FR : 95

NL : 227

EN : 13

	FR	NL	EN
Je n'en avais jamais entendu parler.	35	47	3
Je savais que cela existait mais n'avais pas d'idée claire sur ce que cela signifiait.	32	120	8
Je savais que cela existait et avais une idée précise de ce que cela signifiait	24	53	2
Je ne me soucie pas vraiment de savoir ce que c'est.	4	7	0

**Q5 – Aviez-vous pris contact avec e professionnel/commerçant avant d'envoyer votre dossier au SMC ?**

Total : 337

FR : 95

NL : 229

EN : 13

	FR	NL	EN
Oui	87	207	13
Non	7	18	0
Je ne me souviens plus	1	4	0

**Q6- Avant d'envoyer votre dossier, vous étiez-vous préalablement informé sur le rôle et le travail du SMC ?**

Total : 336

FR : 95

NL : 228

EN : 13

	FR	NL	EN
Oui	59	156	8
Non	36	72	5

**Q6 a – Quel(s) document(s) concernant le SMC aviez-vous lu ? (Plusieurs réponses possible)**

Total : 223

FR : 59

NL : 156

EN : 8

	FR	NL	EN
Les rapports annuels du Service de Médiation pour le Consommateur (disponible sur internet ou en version papier).	1	1	0
Les règles de procédure du SMC	14	28	1
Des informations publiées par le SPF économie	24	49	1
Des informations fournies par des associations de consommateurs	6	24	1
Des informations fournies directement par le professionnel/commerçant	0	4	0
Des informations générales disponibles sur le site du SMC	36	89	6
D'autres sources d'informations ?	2	11	0

**Q6b – Quel type d'information recherchez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)**

Total : 223

FR : 59

NL : 156

EN : 8

	FR	NL	EN
Des informations sur les règles de procédure (durée de la procédure, documents nécessaires pour déposer la demande, etc.).	27	59	4
Des informations plus générales sur les différents types de dossiers traités dans le passé par le Service de Médiation pour le Consommateur.	10	48	4
Des informations permettant de savoir si d'autres consommateurs avaient rencontré un problème similaire au mien avec le même professionnel/commerçant..	22	40	4
D'autres informations? Pourriez-vous préciser brièvement ?	10	17	0

**Q6c – Avez-vous trouvé les informations disponibles sur le site internet du SCM ais que sa documentation papier facile à comprendre / facile à lire / facile à trouver ? *Comprendre:***

Total : 195

FR : 55

NL : 132

EN : 8

	FR	NL	EN
Non pas du tout	5	4	2
2	1	4	2
3	5	17	2
Sans opinion	14	24	2
5	11	36	0
6	12	32	0
Oui absolument	7	15	0

***Lire:***

Total : 203

FR : 55

NL : 140

EN : 8

	FR	NL	EN
Non pas du tout	5	3	2
2	3	6	3
3	5	13	2
Sans opinion	18	27	1
5	6	41	0
6	11	34	0
Oui absolument	9	16	0

***Trouver:***

Total : 207

FR : 57

NL : 142

EN : 8

	FR	NL	EN
Non pas du tout	8	7	3
2	3	9	2
3	9	17	2
Sans opinion	15	24	0
5	6	37	0
6	8	29	1
Oui absolument	8	19	0

**Q7 – Lorsque vous avez contacté le SMC en 2018, quel type de solution de la part du professionnel/commerçant souhaitiez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)**

Total : 316

FR : 91

NL : 212

EN : 13

	FR	NL	EN
Une solution financière.	36	92	10
Des excuses de la part du professionnel/commerçant.	17	29	4

Une solution matérielle (par exemple, la livraison du produit ou du service convenu, etc.)	39	95	3
Autre ? Pourriez-vous préciser brièvement ?	29	58	4

**Q8 – Après une évaluation préliminaire de votre dossier, le SMC a considéré que votre dossier ne pouvait être traité en l'état en raison d'un manque d'information. Le SMC vous a envoyé une lettre/un email vous demandant de compléter votre dossier. Avez-vous reçu ce courrier ?**

Total : 316

FR : 91

NL : 212

EN : 13

	FR	NL	EN
Oui	62	158	10
Non	20	29	2
Je ne me souviens plus.	9	25	1

**Q9 – Pour quelle(s) raison(s) avez-vous décidé de ne pas compléter votre dossier et de ne pas poursuivre votre demande auprès du SMC ? (Plusieurs réponses possibles)**

Total : 316

FR : 91

NL : 212

EN : 13

	FR	NL	EN
Il m'était difficile de collecter ou de retrouver l'information ou les documents demandés par le Service de Médiation pour le Consommateur.	23	45	2
Le temps qui m'était donné pour compléter mon dossier était trop court.	9	13	4
Je craignais que la procédure ne prenne trop de temps ou me demande trop d'effort.	7	23	4
J'ai trouvé une solution entretemps avec le commerçant/professionnel ou le problème a été résolu.	17	49	0
Le Service de Médiation pour le Consommateur a pris trop de temps avant de me répondre la première fois. Ma demande avait par conséquent perdu de son intérêt.	9	24	4
Autre ? Pourriez-vous expliquer brièvement ?	46	119	9

**Q10 – Lorsque vous avez contacté le SMC, auriez-vous préféré...**

Total : 310

FR : 90

NL : 207

EN : 13

	FR	NL	EN
Un traitement entièrement automatisé de votre demande, sans intervention humaine.	5	24	0
Une rencontre physique avec un membre du Service de Médiation pour le Consommateur afin d'expliquer votre problème.	20	24	0
Une discussion par téléphone ou un échange par e-mail avec un membre du Service de Médiation pour le Consommateur afin d'expliquer votre problème.	55	114	11
Autre ? Pourriez-vous expliquer brièvement ?	10	45	2

**Q11 – Selon vous, quel(s) changement(s) pourrai(en)t être de nature à améliorer le traitement des dossiers par le SMC dans le futur ? (Plusieurs réponses possibles)**

Total : 310

FR : 90

NL : 207

EN : 13

	FR	NL	EN
Plus d'informations disponibles sur internet concernant le rôle du Service de Médiation pour le Consommateur.	18	51	5
Des informations rendues plus facilement accessibles et plus faciles à comprendre (par exemple via des fiches reprenant	33	49	5

les « information-clés » ou « grandes étape de la procédure », via des vidéos, etc.).			
Plus d'informations personnalisées pour ma situation.	27	76	6
Une communication plus rapide avec le Service de Médiation pour le Consommateur.	46	84	10
Autre ? Pourriez-vous expliquer brièvement ?	19	54	2

**Q12 – Y-at-il des informations supplémentaires que vous aimeriez connaître à à l'avenir concernant les activités du SMC ?**

Total : 309

FR :89

NL : 207

EN :13

	FR	NL	EN
Non	66	163	8
Oui	23	44	5

**Q13 – Dans le futur, soumettriez-vous un nouveau dossier au SMC pour tenter de régler un problème avec le professionnel/commerçant ?**

Total : 317

FR : 91

NL : 213

EN : 13

	FR	NL	EN
Oui	38	80	4
Non. Si non, pour quelle(s) reason(s)?	28	70	2
Peut-être	25	63	7