

# Contrastes



## Interview **Paul Magnette**

Pages 11-15



C. Benedetto

# Pratiques commerciales : Entrons en résistance !

# Un ennemi coriace ...

Serait-ce une bonne nouvelle ? : Alors que *Paul Magnette* nous explique comment il fait de la résistance par rapport à la tendance au nivellement par le bas imposée par les directives européennes (voir son interview en page 11), le CRIOC vient de sortir les résultats d'une enquête démontrant que le consommateur lui aussi fait de plus en plus preuve de résistance et d'esprit critique<sup>(1)</sup>

Pas question, pour le consommateur, de prendre pour argent comptant ce que lui racontent les marques. Il est irrité par la publicité, craint d'être manipulé, poussé à acheter un produit dont il n'a pas vraiment besoin ou de piètre qualité. De l'autre, il porte une attention plus grande à l'environnement, à l'éthique, à la nécessité de mieux cibler ses achats. Méfiance et aspiration à une consommation responsable: telles sont les deux facettes de la résistance du consommateur vis-à-vis de l'offre commerciale.

On voudrait y croire. Car même si la résistance s'organise, l'ennemi est coriace et souvent roublard.

L'ennemi, ce sont les sociétés commerciales et parmi elles, les opérateurs de téléphonie et d'énergie et leurs pratiques douteuses qui frisent l'arnaque. Ce sont les sociétés de crédit qui essaient de vendre du rêve aux personnes en proie au cauchemar du surendettement, et qui aggravent encore leur situation. Ce sont les sites de vente sur internet qui profitent de la facilité et de la rapidité de commande pour favoriser les achats impulsifs.

Ces pratiques commerciales agressives qui ne cessent d'augmenter menacent en premier lieu l'équilibre financier des personnes qui sont en situation de précarité. Mais contrairement à ce que l'on pense, les travailleurs ne sont pas non plus à l'abri du surendettement. Car le salaire donne l'illusion d'un pouvoir d'achat et d'un "vouloir d'achat" qui ne résiste cependant pas à certains aléas de la vie comme le divorce, la perte d'emploi ou la maladie (voir article en page 7).

Face à ces pratiques, les résistances sont souvent d'ordre privé et individuel : refus d'achat, dénonciation du comportement de l'entreprise auprès de l'entourage, dépôt de plainte, etc. Par ailleurs, la pratique de la médiation développée dans le domaine de l'énergie et des télécommunications s'étend à d'autres secteurs et est encouragée par les pouvoirs publics (voir article en page 16). La médiation est utile pour éviter des frais de justice et de longues procédures, mais elle repose toujours sur les individus et reste compliquée.

La résistance doit également s'inscrire dans une action politique destinée à modifier les rapports de force en matière de consommation. Cet objectif est néanmoins difficile à atteindre, comme le prouve l'absence actuelle de législation en matière d'actions collectives. Et sans cadre qui régule les pratiques commerciales et qui permette l'organisation collective de la défense des consommateurs, c'est la loi du plus fort qui continuera à s'imposer.

**Monique Van Dieren**

1. Etude complète : "La résistance du consommateur" sur le site [www.crioc.be](http://www.crioc.be)



# ON N'EST PAS DES PIGEONS !

***En nous faisant croire que l'on peut tout avoir très vite et à moindre prix, les pratiques commerciales abusives peuvent avoir des conséquences graves sur la situation financière de certaines personnes. L'article met en avant les pratiques opérées par des vendeurs peu scrupuleux et cible quelques pièges à éviter... car on ne veut plus être des pigeons !***

Certaines pratiques commerciales peuvent contribuer à renforcer l'endettement, voire le surendettement des individus. Il s'agit des pratiques commerciales déloyales au sens large qui, bien que réglementées dans la loi relative aux pratiques de marché, ne cessent de se développer. De plus en plus d'arnaques ont également lieu sur le marché, plaçant de nombreuses victimes en situation financière inconfortable.

Par ailleurs, la plupart des enseignes commerciales et bancaires proposent des contrats de crédit à la consommation afin de financer les nouveaux achats du ménage. On peut alors rapidement tomber dans la facilité en faisant un crédit plutôt que de recourir à d'autres alternatives telles que l'épargne ou l'achat d'un produit moins coûteux.

Précision importante : les "pratiques commerciales déloyales" sont encadrées par la loi sur les pratiques du marché et sont le fait d'une entreprise ou d'un professionnel du secteur.

Les "arnaques" ne sont pas encadrées par la loi sur les pratiques du marché mais notamment par le code pénal sous le terme d'escroquerie et peuvent être le fait de n'importe quel "citoyen".

## **Les pratiques commerciales déloyales**

*"Oui, vous pourrez partir quand vous aurez signé le papier"*

L'entreprise (et en particulier le vendeur) qui vous donne l'impression que vous ne pourrez quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu, se livre à une pratique commerciale agressive.

Une telle pratique est bien évidemment interdite par la loi car elle porte atteinte à la liberté de choix ou de conduite de la personne (que ce soit par harcèlement, contrainte ou force physique). Suite à ces "menaces", vous pouvez vous retrouver lié par un contrat que vous ne désiriez pas conclure et pour lequel vous devrez déboursier, dans certains cas, d'énormes sommes d'argent.

La loi prévoit dans ce cas que vous pouvez demander l'annulation de la vente et le remboursement des sommes éventuellement déboursées. Il faudra néan-

g

g moins rapporter la preuve de la pratique agressive tout en tenant compte de la difficulté de prouver une menace ou une contrainte de la part du vendeur.

#### **Le démarchage à domicile**

Dans ce cas, le scénario est simple : un vendeur sonne à votre porte avec une offre pour le moins alléchante. Ce dernier vous propose, par exemple, en exclusivité une collection complète d'encyclopédies à un prix "très intéressant". Selon ses dires, ces encyclopédies permettront à vos enfants de se doter d'une culture générale indispensable pour réussir dans la vie. Vous cédez et signez le contrat. Quelques jours plus tard, vous vous demandez si vous avez réellement fait le bon choix et si le prix proposé ne dépasse pas finalement votre budget.

Le démarchage à domicile est strictement réglementé par la loi relative aux pratiques qui prévoit une double protection.

D'une part, la vente doit faire l'objet d'un contrat par écrit rédigé en autant d'exemplaires qu'il y a de parties. D'autre part, un droit de rétractation a été prévu. Ainsi, vous pouvez renoncer au contrat dans un délai de sept jours ouvrables, sans frais, à compter du lendemain du jour de la signature du contrat. En outre, aucun paiement ou acompte ne peut être réclamé avant ce délai.

#### **L'achat ou la vente forcée**

Une pratique fréquemment utilisée par les sociétés de vente par correspondance consiste à envoyer à leurs clients un article de leur collection (lingerie, parfum, dvd...). Sous le couvert d'une offre d'essai, des

produits vous sont offerts moyennant paiement, sans que vous en ayez fait la demande.

Vous pouvez dans ce cas être induit en erreur et penser que vous devez payer le bien reçu ou à tout le moins passer commande à la société.

En pratique, il n'en est rien : vous avez le droit de conserver le produit sans même devoir le payer. La loi interdit en effet aux entreprises de faire parvenir à une personne sans demande préalable de sa part un produit quelconque en l'invitant ensuite à le payer ou le renvoyer même gratuit.

#### **Les arnaques**

De plus en plus d'arnaques se propagent via Internet. Le but de toutes ces arnaques est bien entendu de voler de l'argent, voire même usurper l'identité de quelqu'un pour agir en son nom.

**"Félicitations, vous venez de gagner 75 000 EUR"**  
Que ce soit par fax, courrier ou e-mail, vous recevez un message vous apprenant que vous êtes l'heureux gagnant d'une loterie. Néanmoins, sans jouer vous ne pouvez pas gagner et il s'agit de fausses loteries.

Vous êtes invité à payer certains frais avant de gagner le montant promis. Naturellement, dès que vous commencez à payer les frais, vous entrez dans un cycle infernal, car on vous en demande toujours plus. Mais il est certain que si vous payez les sommes réclamées, elles seront perdues et irrécupérables car les arnaqueurs auront vite fait de disparaître dans la nature.

#### **La lettre nigériane**

Cette arnaque consiste à vous demander, le plus souvent par e-mail, de l'assistance afin de débloquer de l'argent d'un pays et de le transférer vers un autre pays, ou encore de le rapatrier vers ce même pays. Cet argent est censé provenir du décès d'une personnalité aisée (bureaucrate, politique, etc.) et le transfert de fonds s'effectue via votre compte bancaire, moyennant une commission importante pour vous.

Voici notamment un exemple donné sur le site du SPF Economie : *"Je suis le fils du Président qui a été assassiné. Mon père m'a laissé une fortune colossale mais je suis poursuivi par le régime en place dans mon pays. Pouvez-vous m'aider à mettre cet argent en sécurité ? En échange, vous recevrez 10% de la somme."*

Comme pour les fausses loteries, les montants versés seront perdus et irrécupérables.

#### **Les ouvertures de crédit**

Les formes de crédit les plus dangereuses sont les ouvertures de crédit. Celles-ci sont octroyées trop facilement au demandeur qui devra rembourser pendant très longtemps des sommes importantes pour des biens qui n'auront pas la durée de vie de la durée du crédit.

## **Les deux lois de références**

### **La loi relative aux pratiques de marché et à la protection des consommateurs**

La loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur règle de manière générale les relations entre entreprises et consommateurs.

Elle poursuit deux objectifs. D'une part, elle tend à garantir la loyauté de la concurrence dans les relations commerciales et, d'autre part, elle veut assurer la protection du consommateur et veiller à lui procurer une information suffisante et adéquate.

Elle régit des matières aussi variées que l'indication du prix et de la quantité, les contrats à distance, les contrats conclus en dehors des locaux de l'entreprise, la publicité et les pratiques commerciales déloyales tant à l'égard des consommateurs qu'entre entreprises, les achats forcés, les clauses abusives...

### **La loi sur le crédit à la consommation**

Le crédit à la consommation fait l'objet d'une réglementation détaillée, qui a également été révisée et adaptée aux directives européennes en 2010. Elle ne concerne pas les crédits hypothécaires. Par les nombreux mécanismes qu'elle institue (fiche d'information obligatoire, délai de réflexion, obligation de zéro tage...), cette loi contribue à lutter plus efficacement contre le fléau du (sur)endettement.



Ces ouvertures de crédit sont de plus en plus souvent la seule issue possible aux difficultés financières des ménages qui n'hésitent pas à y recourir : carte Visa Carrefour, carte Media Markt-MasterCard, Carte Cora, Kréfel, etc. En accumulant les crédits octroyés trop facilement, les individus risquent l'endettement permanent.

En utilisant ces cartes, vous concluez, consciemment ou non, un contrat de crédit à la consommation qui se retrouve très souvent consenti à durée indéterminée et à un taux très élevé. En effet, les financiers n'hésitent pas à imposer le taux maximum prévu par la loi (allant jusqu'à 15% du montant emprunté).

#### Les micro-prêts

Le micro-prêt désigne "un crédit d'un faible montant, que l'on peut contracter sur une période courte et dans le but de répondre à une variation de revenus à court terme".<sup>1</sup> Cette technique peut se révéler utile pour faire face à une dépense imprévue pour autant, évidemment, que la firme respecte la loi en la matière qui prévoit notamment que le coût du crédit pouvant être facturé dans le cadre d'un crédit à la consommation est limité par la loi. Mais ce n'est pas toujours le cas !

A titre d'exemple, la société Ferratum, active dans le domaine du micro-prêt par sms, propose des prêts allant de 50 à 200 EUR avec des frais de traitement de 0 EUR (offerts pour les 15 premiers jours) à 49,99 EUR pour un prêt de 200 EUR pendant 30 jours.

Le taux applicable par la société Ferratum pour ce type de montant (<1250 EUR) dépasse largement le maximum de 15% ou de 11% (selon que le consommateur dispose ou non d'une carte pour opérer ses transferts) imposé par la loi. Le CRIOC vient d'ailleurs de déposer une plainte contre cette société auprès du SPF Economie.

#### Stop aux abus dans les télécoms

Sans recourir à un contrat de crédit, de plus en plus de ménages éprouvent des difficultés à payer les factures qui relèvent de la vie courante. Les exemples sont nombreux et les domaines sont variés : soins de santé, loyers, énergie, eau, téléphonie, Internet... Particulièrement dans le secteur des télécommunications, les factures en la matière font partie des postes de frais importants d'un ménage et les dettes y afférentes sont le plus souvent présentes dans le surendettement d'un ménage. Depuis longtemps déjà, les médiateurs de dettes mettent en avant le nombre toujours plus élevé de clients qui éprouvent des difficultés à payer leurs factures de télécommunications.

De l'aveu même du Service de médiation des télécommunications (rapport annuel 2010) "la charge financière que représentent les frais de résiliation d'un contrat n'est pas toujours sans conséquence sur l'équilibre budgétaire et pécuniaire des utilisateurs disposant de faibles ou de moyens revenus".

**g** C'est également le constat de la Plate-forme Journée sans crédit qui est intervenue à plusieurs reprises en 2011 auprès du ministre de la Protection des consommateurs Paul Magnette pour mieux régler ce secteur.

L'application de frais de résiliation disproportionnés, des durées de contrats qui entravent le jeu de la concurrence, le manque d'information et de transparence quant aux différentes formules proposées, des vendeurs peu scrupuleux qui n'hésitent pas à mentir au consommateur sur l'existence de frais concernant le changement d'opérateur, la prolongation de l'abonnement sous couvert d'une promotion trompeuse, sont autant de pratiques qui ressortent des 26.000 plaintes déposées auprès du Médiateur des Télécommunications en 2010. Le rapport annuel 2010 de la Centrale des Crédits de la Banque Nationale de Belgique montre également qu'un nombre croissant de personnes se retrouvent dans de grandes difficultés financières à cause des factures de télécommunications.

Les télécommunications font partie des postes de frais importants d'un ménage et les dettes de télécommunications sont le plus souvent présentes dans le surendettement d'un ménage. D'où les revendications de la Plate-forme Journée sans crédit de plafonner les indemnités de résiliation, de limiter la durée des contrats à 12 mois, de mettre à disposition des consommateurs une information transparente et lisi-

## Les trucs et astuces pour ne pas se laisser piéger

### Certains signes sentent l'arnaque...

- Offre anormalement alléchante ;
- Interlocuteur à l'étranger ;
- Métiers valorisants et au-dessus de tout soupçon (médecin, diplomate...);
- Urgence de la transaction ;
- Justifications données sans raison apparente ;
- Intervention d'un tiers "de confiance" ;
- Histoires dramatiques (maladie, décès...).

### La prudence reste donc de mise !

- Renseignez-vous sur l'identité du vendeur et vérifiez ses coordonnées ;
- Réagissez dans les plus brefs délais face à l'illégalité de la manœuvre ;
- Prenez contact avec l'arnaqueur, de préférence par lettre recommandée ;
- Portez plainte auprès des pouvoirs publics ; (voir article en page 16)
- Demandez des devis détaillés ;
- Ne signez jamais un contrat avant de l'avoir lu ;
- Ne cédez pas aux pressions des vendeurs trop pressés ;
- Gardez toujours une trace de vos paiements et évitez le cash ;
- En cas de doute sur la pratique, mieux vaut s'abstenir ;
- En matière de crédit, n'hésitez pas à poser des questions au prêteur : celui-ci est tenu à votre égard d'un devoir d'information et de conseil. Ne signez pas n'importe quoi et lisez attentivement votre contrat. En cas de difficultés : agissez le plus tôt possible en prenant immédiatement contact avec vos créanciers.



ble sur les modalités et les types de contrat et de mettre fin aux pratiques commerciales trompeuses dénoncées dans le secteur.

Des améliorations sensibles sont attendues prochainement puisqu'une nouvelle loi devrait entrer en vigueur début 2012 : gratuité pour la résiliation d'un contrat après 6 mois, facilités administratives pour la résiliation des contrats, interdiction de conclure des contrats par téléphone sans signature d'un document écrit, avertissements en cas de factures anormalement élevées, établissement d'une fiche comparative des coûts et conditions d'abonnement... Voilà qui devrait réjouir des nombreux consommateurs perdus dans la jungle des Télécoms et souvent victimes d'abus dans ce secteur.

### Le maître-mot : vigilance

Même si la loi est censée protéger le consommateur, face à la rapidité des transactions sur Internet, à la ruse de certains arnaqueurs et à la longueur du processus législatif, nous savons malheureusement que toutes les pratiques qui ont lieu sur le marché ne peuvent être recensées et encadrées par la loi.

C'est pourquoi nous recommandons aux consommateurs de rester vigilants et de ne pas perdre de vue que signer un contrat n'est pas un acte anodin, c'est un engagement à long terme qui mérite d'être réfléchi.

**Morgane Caminiti, Crioc**

Plus d'informations : [www.crioc.be](http://www.crioc.be)

<sup>1</sup> <https://www.ferratum.be/?l=fr>

# Travailler et être surendetté, pas si rare !

**Parmi les personnes en médiation de dettes, près d'un tiers ont des revenus professionnels. Si le phénomène reste peu étudié et chiffré, les causes sont connues : revenus insuffisants, décalage entre les revenus et le niveau de vie, séparations et divorces... Une prévention au sein même des entreprises est-elle possible et souhaitable ?**



Ce n'est pas parce qu'on travaille qu'on n'est pas concerné par le surendettement. Les chiffres de ces dix dernières années sont relativement stables (voir tableau 1) : en Wallonie, environ un tiers des personnes en médiation de dettes ont des revenus professionnels. L'emploi, même s'il permet de limiter le risque de manière significative, n'est donc pas une barrière absolue contre le surendettement, loin de là.

L'Observatoire du Crédit et de l'Endettement mène annuellement des enquêtes auprès de la population concernée par la médiation de dettes. Elles font clairement apparaître le phénomène. En 2009 (derniers chiffres disponibles), l'OCE recensait sans surprise 2/3 de personnes sans emploi parmi les "médiés". Un peu plus de sept pourcents étaient des retraités. Mais ce qui correspond moins à nos représentations habituelles, c'est que 27,3% étaient des travailleurs actifs, soit un gros quart (voir tableau 2).

Ce tableau permet de voir qu'il s'agit majoritairement d'ouvriers (18,2%), puis d'employés (7,2%). On dénombre une proportion plus faible de fonction-

naires et enseignants, et un petit pourcentage de travailleurs indépendants.

## Cumul de situations d'emploi difficiles ?

Si l'on se place du point de vue de la situation des ménages, et non plus de la seule personne en médiation, on cerne un peu plus précisément la question. Les conjoints des personnes concernées sont majoritairement des personnes sans emploi (70,8%). Mais 24,7% disposent de revenus professionnels (16,1% d'ouvriers, 7,2% d'employés, 1,2% d'indépendants).

La double question que pose cet alignement de chiffres porte évidemment sur le niveau des revenus des personnes en médiation (et ceux de leur conjoint, s'il y en a un), mais aussi sur le cumul de situation socio-

**Tableau 1 : Situation socioprofessionnelle des personnes en médiation de dettes 2002-2009 (en %)**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Sans emploi	51.2	56.6	52.0	65.7	64.9	65.0	70.2	65.5
Avec emploi	38.7	35.3	35.2	25.5	27.1	26.5	22.8	27.1
Retraités	8.0	6.6	9.2	5.7	8.1	7.9	6.9	7.2
Autre	2.0	1.5	1.6	4.2	n.d.	n.d.	0.2	0.2

**Tableau 2 : Situation socioprofessionnelle du demandeur (en %)**

Sans activité profess.	45.5
Demandeur d'emploi	20.0
Ouvrier (ère)	18.2
Employé(e)	7.2
Fonctionnaire, enseign.	1.1
Indépendant	0.6
Retraité ou préretraité	7.2
Autre	0.2
<b>Total</b>	<b>100.0</b>

g

professionnelle difficile.

On remarque ainsi (voir tableau 3) que les ménages composés d'un actif et un inactif constituent un tiers de l'échantillon (32,8%). Et ceux dont les deux conjoints travaillent près de 14% ! On s'attendait à beaucoup moins...

Ces chiffres renforcent le constat de la sécurité toute relative que constitue l'emploi face au phénomène du surendettement. Si l'on totalise le pourcentage de personnes en couple qui sont en médiation de dettes et dont au moins l'un des deux conjoints travaille, on obtient un total de 46,6%... C'est loin d'être négligeable.

### 70% des ménages sous les 1500 €/mois

Côté revenus, ce sont fort logiquement les revenus les plus faibles qui sont le plus directement concernés. Mais ceci ne veut pas dire que de plus hauts

Tous deux actifs	32.8
Tous deux inactifs	53.3
Total	100.0

revenus ne peuvent pas être touchés. Dans un dossier, le montant total du revenu professionnel atteignait 5000 € par mois... De manière générale, 70% des dossiers traités en médiation de dettes concernent des revenus de moins de 1500 € par mois et par ménage : 2,7% se situent sous les 500 €, 22,4% entre 500 et 1000 € et 43,2% entre 1000 et 1500 €. Le montant moyen des revenus professionnels est de 1381,07 €.

Incontestablement, le surendettement concerne donc très majoritairement les bas revenus, y compris chez les travailleurs actifs.

*"Observer que près de 30% des personnes en médiation de dettes sont des personnes qui disposent de revenus professionnels est assez interpellant, témoigne Mathieu Bruyndonck, chargé de prévention à l'Observatoire du crédit et de l'endettement. C'est donc que le manque de revenus n'est pas la seule cause du surendettement."*

Parmi les causes les plus fréquemment observées, les accidents de vie comme un divorce ou une séparation occupent une place importante, mais il faut aussi relever les comportements en décalage avec le niveau de revenus. *"C'est particulièrement vrai en cas de perte d'emploi, explique encore Mathieu*

*Bruyndonck. Peu importe son statut d'emploi, quand on le perd, les dettes qui se créent sont souvent en proportion du revenu d'avant !"*

### Le lieu de travail, endroit névralgique de la prévention

Avec son collègue, Jérôme Van Opbroeck, il mène depuis quelques années une expérience de prévention au surendettement qui leur permet de mettre le doigt sur une série de mécanismes et de mieux comprendre aussi l'origine de nombreux comportements. Les pratiques commerciales et la publicité n'y sont pas étrangères. *"La question du rapport à l'argent que chacun d'entre nous entretient aide à comprendre certaines choses, expliquent les collaborateurs de l'OCE. Les marques d'affection par exemple : certaines personnes ont besoin d'offrir, de gâter pour prouver leur amour. Le besoin d'intégration est un autre exemple : on va vouloir montrer des signes extérieurs de richesse, en s'achetant par exemple une grosse voiture, alors que l'on n'arrive pas à nouer les deux bouts."*

Très souvent, au sein des entreprises, la plupart des services de gestion des ressources humaines sont les premiers témoins du phénomène : saisies sur salaires, demandes récurrentes d'avances, etc. Pour Mathieu Bruyndonck et Jérôme Van Opbroeck, *"ce constat amène à penser que les lieux de travail sont des endroits névralgiques de la prévention. Et qu'il y a là un effort de sensibilisation important à porter auprès de personnes relais, comme les délégués syndicaux, les assistants sociaux et le personnel des services de ressources humaines"*.



Mille Be



Cette conclusion a été le point de départ d'une expérience de prévention au sein du monde de l'entreprise. Le projet est financé par le Fonds social européen et permet notamment d'organiser des formations gratuites pour les employeurs qui participent au projet.

### L'employeur paie aussi les pots cassés

La prévention sur les lieux de travail a un intérêt social évident : concourir à combattre le surendettement en intervenant à la source de pas mal de difficultés, ou du moins à un moment où l'on peut repérer le phénomène bien avant que des processus plus lourds ne soient en route, comme la médiation de dettes ou le règlement collectif de dettes. Pour les employeurs, une telle initiative présente aussi de nombreux avantages. Sur un plan strictement administratif, ce sont eux qui sont amenés à gérer les conséquences d'un surendettement, par exemple les saisies sur salaires. Et, plus fondamentalement, le surendettement des travailleurs a des répercussions sur le travail et a un coût pour l'entreprise : la démotivation et l'absentéisme, parfois l'alcoolisme, car très souvent les personnes surendettées sont mal dans leur peau et la maladie guette.

*"Le travailleur surendetté a souvent un sentiment de honte et de culpabilité décuplé, témoigne Mathieu Bruyndonck. Il a un revenu comme les autres et va donc se dire que plus qu'un autre, c'est de sa propre faute ! Très souvent, il va cacher son problème en continuant à suivre le niveau de vie des collègues. Il va payer ses tournées en sortie, il va participer aux activités d'entreprise, etc."*

La question que s'est posée l'Observatoire du crédit et de l'Endettement, c'est comment agir efficacement à ce niveau ? Comment avoir un impact sur les comportements de consommation des personnes ? Comment faire prendre conscience qu'un endettement au-delà d'un tiers de ses revenus va souvent mener à des difficultés inextricables ? La piste retenue a été de favoriser au maximum l'éducation financière.

### Le rôle des intermédiaires

*"Notre projet consiste à outiller et à former les intermédiaires. Pas directement les personnes*



*surendettées, ce qui n'est pas notre job, mais celui des centres de prévention et de médiation, explique Mathieu Bruyndonck. Nos formations s'adressent donc aux assistants sociaux, aux membres du personnel Ressources Humaines des entreprises, aux délégations syndicales, bref à toutes les personnes qui sur les lieux de travail sont amenées à côtoyer le phénomène et pourraient être des agents d'intervention dans la prévention du problème."*

Le projet poursuit deux objectifs : celui d'organiser des processus d'accompagnement du surendettement au sein des entreprises, mais aussi celui de faire prendre conscience des limites de cette aide en entreprise, et d'orienter les personnes concernées vers les centres de médiation de dettes. *"Car c'est là qu'une prise en charge professionnelle et respectueuse de la dignité humaine sera vraiment mise en œuvre, explique Mathieu Bruyndonck. Les centres de médiation de dettes n'auront pas pour objectif de 'faire payer à tout prix', mais bien de combiner remboursements et dignité humaine !"*

*"Notre objectif n'est surtout pas de faire en sorte que les conseils et formations en entreprises se substituent au médiateur de dettes, poursuit Jérôme Van Opbroeck. Elles doivent au contraire apprendre à passer la main à temps. Leur rôle va pouvoir être d'aider les personnes à faire un budget pour détecter les problèmes, par exemple. Mais le travail doit s'arrêter là."*

### Apprendre à passer la main...

*"D'autant, précise Mathieu Bruyndonck, que certaines entreprises ont réellement développé en interne des 'quasi-centres de médiation'. Certaines vont même jusqu'à organiser parfois du prêt social. Ces situations*





De nombreuses initiatives ont également été développées auprès des services d'aides familiales et de soins à domicile. *"Les aides familiales remplissent des missions qui leur permettent d'agir très judicieusement sur la détection des risques de surendettement, expliquent les deux chargés de prévention. Elles font les courses avec les personnes aidées. Elles développent des relations de confiance avec elles. Elles occupent une position privilégiée dans la perspective d'un processus de prévention !"*

Mais, au-delà de ces publics spécifiques, il manquait l'éventail plus large du monde des entreprises pour compléter le tableau. C'est à cet enjeu que l'Observatoire s'est aujourd'hui attaqué. Une série d'entreprises importantes ont bénéficié de séances de formation : Delhaize, par exemple, ou Magotteaux

### L'action préventive progresse

Toutes ces initiatives portent-elles leurs fruits ? Même si les retours ne sont encore que partiels, Mathieu Bruyndonck et Jérôme Van Opbroecke se montrent très optimistes. *"Il y a incontestablement un impact sur les comportements, témoignent-ils. On constate une utilisation importante des grilles budgétaires proposées. Les personnes au sein des entreprises ont développé des pratiques autour des manières de gérer son budget personnel ou familial, des réflexions sur les questions de besoins et nécessités, des sensibilisations sur les abus de crédits, etc. Les intervenants qui ont participé à nos cycles relaient qu'ils multiplient les interventions : cela va parfois jusqu'à plusieurs par mois."*

De plus en plus fréquemment, des entreprises - souvent de taille assez importante (50 à 100 travailleurs) - font appel. C'est un second signal positif. Et les chargés de prévention font le constat que la prise en considération de la problématique du surendettement auprès des employeurs s'améliore incontestablement. Cela se concrétise par la diffusion avec les fiches de paie, des grilles budgétaires conçues par l'OCE. Cela se traduit parfois par la mise en place d'animations ou de réunions sur les lieux de travail.

Bref, autant d'avancées qui, si elles restent limitées sur un plan macro, démontrent que l'action de prévention progresse. Et elle progresse dans un sens judicieux : celui de la détection des risques sur le lieu de travail et de la prise de conscience de l'importance de passer le témoin aux institutions compétentes en matière d'accompagnement des personnes concernées, de guidance budgétaire et de médiation de dettes.

**Jean-Michel Charlier**

Pour obtenir davantage d'informations sur ces formations :  
 m\_bruyndonck@observatoire-credit.be ou  
 j\_vanopbroecke@observatoire-credit.be

**g** sont souvent animées de bonnes intentions, mais certaines peuvent aussi être contre-productives. Que penser par exemple des avances sur salaires ? Cela aide-t-il vraiment les personnes ? Cela permet-il de masquer ou nier une réalité ? Cela fait-il plonger davantage ? Est-ce préférable à un crédit ? Il est impossible de savoir si l'on aide réellement ou pas avec ce type de pratiques, si l'on ne permet pas de réaliser un budget avec la personne, qui détectera les risques ou la situation réelle."

Afin de concrétiser cet objectif de prévention au sein des entreprises, l'Observatoire du Crédit et de l'Endettement a donc décidé de tabler sur des formations. Le projet a démarré il y a six ans par la mise sur pied de cycles organisés directement par l'Observatoire, ensuite au sein d'entreprises ou d'institutions.

Des formations ont ainsi été adressées aux personnes relais des ETA (les Entreprises de travail adapté), qui touchent un public fragilisé et exposé au risque de surendettement.

Des partenariats ont également été mis en route avec les trois syndicats ; FGTB, CSC, CGSLB. La moitié des formations ont jusqu'à ce jour été organisées dans ce contexte. Par ricochet, de nombreuses entreprises ont ainsi été touchées via la formation syndicale de leurs délégués.

## Protection du consommateur : “La Belgique fait de la résistance...”

**La Belgique est un des pays européens les mieux armés en matière de protection des consommateurs.**

**Paul Magnette, ministre en charge de cette matière depuis 4 ans, nous fait part des avancées obtenues en matière de pratiques commerciales abusives, du challenge à relever vis-à-vis des sites commerciaux sur Internet, de la marge de manœuvre de la Belgique par rapport à l'Europe mais aussi des projets qui lui tiennent à cœur.**



*Vous êtes ministre en charge de la protection des consommateurs depuis 4 ans. Quels sont les enjeux qui vous ont particulièrement tenu à cœur depuis toutes ces années et les avancées les plus significatives sur vos combats ?*

D'une part, il y a un mouvement sur lequel on n'a pas particulièrement prise qui est celui de l'harmonisation européenne progressive d'une série de règles nationales. Parce qu'on est sur un marché européen, on doit négocier en amont les directives mais en étant un pays qui a une protection du consommateur au-dessus de la moyenne ; ce n'est pas évident d'obtenir de nouvelles avancées. Quand on harmonise des lois, il faut trouver une moyenne. Les pays qui sont au-dessus de la moyenne en général doivent un peu abaisser leur niveau de protection. On fait un travail de résistance concernant les lois de la protection du consommateur sur lesquelles la Commission européenne essaie d'avancer. Harmoniser tout de manière maximale pourrait nous faire perdre un certain nombre d'acquis... On essaie de protéger les acquis belges contre une tendance européenne au nivellement par le bas...

On a obtenu que des dérogations puissent être maintenues. On a préservé toute une série d'acquis belges concernant la loi sur le crédit à la consommation ou

encore celle sur les pratiques de marché. Ce n'est pas fini, on continue de négocier. Dans le secteur des télécoms, le fait que les gens puissent signaler à leur opérateur qu'ils ne souhaitent pas qu'on les appelle pour le démarchage téléphonique commercial est une victoire.<sup>1</sup> Ce n'était pas spécifiquement prévu dans la directive mais elle permettait de le faire. Il faut avoir un peu de créativité, il faut lire les textes non pas en se disant "je vais l'appliquer tel quel" mais lire en se demandant "où est-ce que j'ai des marges pour maintenir, voire consolider les protections des consommateurs ?".

Je crois qu'on pourra éviter que toute une série d'acquis belges passent à la trappe. En revanche, on a dû céder sur les "offres conjointes", c'est-à-dire la possibilité pour un commerçant d'offrir aux consommateurs un produit (ou un service) avec un autre produit (ou avec un autre service) principal qui fait l'objet d'un contrat. Par exemple, un GSM gratuit à l'achat d'un abonnement. On a lutté jusqu'au bout, mais il était devenu impossible de continuer à les interdire. Cependant, elles sont encadrées par une loi et doivent donc répondre à certaines règles, par exemple qu'elles ne s'inscrivent pas dans une pratique commerciale déloyale et le juge peut continuer à vérifier. Par contre, on a pu maintenir l'interdiction des offres conjointes pour les produits financiers.

9

D'autre part, un enjeu de taille est celui de l'évolution des pratiques de consommation et plus encore des pratiques de vente. De plus, aujourd'hui, on assiste de plus en plus à l'achat de biens sur Internet... Une vigilance s'impose donc dans ce domaine.

***A ce sujet-là, la presse a publié un baromètre concernant les sites commerciaux sur Internet où on a relevé que 99% des sites Internet ne sont pas conformes à la loi en matière d'informations obligatoires telles que les mentions légales relatives à la société, la TVA... Comment peut-on remédier à cela et quel type d'encadrement efficace peut-on mettre en place ?***

C'est un très grand combat parce que c'est une tâche immense pour l'administration... Vous imaginez tout ce qu'il y a sur Internet, comme c'est facile de créer un site, de le faire disparaître et d'en recréer un autre... C'est un combat difficile, mais toute information que l'on peut donner à l'administration sur la non-conformité d'un site Internet commercial est utile. L'administration enclenche à chaque fois des procédures d'enquête, fait dresser des procès-verbaux, transmet au parquet le cas échéant... Il y a un vrai contrôle qui est exercé.

La non-conformité qui a été constatée par cette étude est réelle mais les pratiques commerciales véritablement déloyales sur Internet restent quand même relativement rares sur les sites .be, parce qu'évidemment on ne peut vérifier que les noms de domaines belges. Il faut être attentif aux nouvelles pratiques commerciales, les anticiper et adapter les lois. Par exemple, une pratique commerciale assez problématique : le précochage. Quand vous achetez sur Internet, votre formulaire de commande (ou boîte de dialogue) est pré rempli. Ce qui peut arriver, c'est de ne pas être attentif à cela et d'accepter des choses à votre insu ! La loi sur les pratiques de commerce interdit ce procédé commercial.

***Où en est le projet d' "Action collective" ?***

Le renforcement des moyens de défense des consommateurs par le biais d'une action collective serait une bonne chose. Cela signifie que si vous êtes victime d'une pratique commerciale déloyale, vous êtes automatiquement considéré comme un des plaignants même sans avoir porté plainte et donc vous serez indemnisé si la procédure aboutit à une condamnation de l'opérateur sauf si vous demandez à en sortir. Vous ne devez faire aucune démarche. Je crois que ce serait un bon outil juridique. C'est une réelle modification structurelle et fondamentale du rapport de force entre les consommateurs et les vendeurs. Parce qu'aujourd'hui, chaque année, des dizaines de milliers de consommateurs ne déposent

M. Van Dierem



pas plainte parce que le coût est trop élevé, la procédure est trop lourde, le préjudice est trop faible. Avec une action collective, on pourrait vraiment inverser le rapport de force au profit des consommateurs. On a très bien avancé, le projet de loi est quasi fini. Il y a encore des réticences au niveau de la Fédération des entreprises belges, également au niveau des syndicats qui craignent qu'à certains moments ça puisse être dirigé contre eux. Il faut un certain nombre de garanties pour éviter des dérives à l'américaine. Je crois qu'il y a vraiment moyen de renforcer structurellement les droits des consommateurs et que toutes les entreprises et les marchands qui font bien leur travail n'ont rien à craindre puisqu'ils ne seraient pas ciblés.

Au niveau européen, le projet n'a pas encore abouti mais il ne faut pas se cacher derrière l'Europe... Attendre que l'Europe l'ait fait avant de l'appliquer chez nous ou encore vouloir la même formule partout est une erreur... On avait franchement bien avancé avec le ministre de la Justice Stefaan De Clerck. On avait quasi un accord final avant la chute du gouvernement. Mon successeur pourra reprendre le dossier et ça pourra aller assez vite.

***Quelle est la marge de manœuvre de la Belgique pour maintenir son niveau élevé de protection du consommateur vis-à-vis de l'Europe ?***

**L'Europe n'est pas qu'une machine à casser des acquis, elle peut aussi être une machine à diffuser des bons acquis vers des pays qui n'en ont pas.** Evidemment pour les pays qui sont déjà très avancés, ça se voit moins que pour les autres. Mais pour les pays qui avaient un niveau de protection du consommateur relativement bas, le travail de diffu-

sion qu'on fait est très positif. Par exemple, concernant l'action collective, il y a maintenant une douzaine d'Etats qui sont dotés d'un mécanisme de ce type-là, et on va s'en inspirer. Donc l'Europe a aussi cette force à certains moments de permettre de faire avancer les bonnes idées, les bonnes causes. Mais c'est vrai qu'on doit parfois aussi faire de la résistance par rapport à une logique de dérégulation.

C'est, par exemple, ce qu'on a fait lors de la transcription de la loi sur le crédit à la consommation. On a été extrêmement durs sur un certain nombre de règles, notamment sur l'interdiction de la publicité. On a imposé un délai de zéro tage, principe selon lequel les banques ne peuvent octroyer un nouveau crédit à la consommation aux clients tant qu'ils n'ont pas remboursé intégralement le prêt déjà en cours... On a resserré très solidement le domaine du crédit.

Au niveau européen, ils nous regardaient, nous les Belges, un peu comme des demeurés parce qu'on empêchait ce qu'ils appellent "une créativité financière". Mais ils s'aperçoivent après coup, notamment avec la crise financière des *subprimes*, qu'on n'a pas eu tort d'être prudents avec le crédit et de recadrer le système.

***On observe une augmentation du démarchage publicitaire. Le consommateur se sent agressé... Par ailleurs, nos marchés se libéralisent de plus en plus. Comment adapter les normes de contrôle par rapport à cette libéralisation ?***

C'est le fait de l'époque, c'est très culturel. Les générations antérieures n'avaient pas à choisir entre autant d'opérateurs. Aujourd'hui, et je le constate avec mes enfants, c'est normal de changer d'opérateur le plus souvent possible. Les jeunes consommateurs ont une attitude de consommation beaucoup plus active. Ils sont plus dynamiques dans leurs choix, et pour eux c'est normal de choisir. Qu'on aime ou qu'on n'aime pas, la libéralisation est un fait. Par contre, ce dont il faut s'assurer, c'est que les consommateurs aient le choix. Il faut faire en sorte qu'une vraie concurrence profite au consommateur. La loi sur les Télécoms par exemple, permettra de changer de formule tarifaire plusieurs fois par an, de résilier un contrat plus rapidement... On a aussi renforcé la comparabilité et la souplesse dans les contrats. Même chose dans le secteur de l'énergie : maintenant, quand vous recevez votre facture, il est écrit en-dessous que votre contrat arrive à échéance à telle date, que vous pouvez renoncer de telle manière, etc. Le consommateur peut ainsi saisir l'opportunité de passer chez un autre opérateur et profiter d'un prix qui soit préférable. Maintenant, culturellement, ce n'est pas le monde dont j'aurais rêvé... mais le monde est comme ça (sourire) et il faut

faire avec un marché qui est ouvert et faire en sorte qu'au moins il fonctionne.

On a obtenu des avancées en matière de protection du consommateur dans le domaine des télécommunications (NDLR : voir article p.5) et du démarchage téléphonique. Tous les opérateurs téléphoniques sont contraints par la loi de constituer une liste de leurs clients ayant exprimé le souhait de ne plus recevoir ce type d'appel, et il revient à ces mêmes opérateurs de s'assurer que les clients concernés ne reçoivent effectivement plus ces appels intempestifs.

On a aussi étendu le tarif social à Internet, parce que le public doit pouvoir lui aussi avoir accès à Internet qui est devenu un outil indispensable dans la vie d'aujourd'hui. En résumé, ces mesures visent à faire fonctionner le marché et à protéger les consommateurs les plus vulnérables.

***On est dans un système de plaintes individuelles (Ombudsman, médiateur...). Le consommateur doit lui-même trouver l'information, chercher à qui s'adresser... Comment peut-on améliorer l'information qui est donnée au consommateur ?***

En matière d'énergie, ça fonctionne remarquablement bien. Le médiateur fédéral travaille vraiment en réseau avec les médiateurs régionaux. Jamais on ne balance les consommateurs d'un endroit à l'autre. On veille à ce que, pour le consommateur, ce soit le plus simple possible. Et puis, le médiateur fédéral entre en médiation avec les opérateurs pour essayer de régler les problèmes, comme celui de la double indemnité par exemple. L'opérateur faisait payer deux fois les clients qui renonçaient à un contrat de gaz et d'électricité alors qu'on pouvait considérer que c'était un seul contrat !

Le médiateur a réglé 80% des problèmes à l'amiable. Pour le reste, il a fait des propositions de modifications législatives pour qu'on puisse éviter que les problèmes ne se posent encore à l'avenir. Donc c'est vraiment un système d'amélioration continue des règles.

Par ailleurs, on a lancé une plate-forme *Belmed* sur Internet qui est destinée à aider le consommateur. On peut y trouver toutes les informations nécessaires : les différents secteurs (énergie, biens de consommation...) sont représentés avec à chaque fois les médiateurs à contacter. (NDLR : voir article en p. 16)

Mais il est vrai que, l'un des gros problèmes, c'est de savoir à qui il faut s'adresser. Pour toute une série de personnes, cela restera toujours compliqué. Par ailleurs, il faudra aussi renforcer la procédure judiciaire parce que la médiation a ses limites. Certains opérateurs abusent et le seul langage qu'ils comprennent, c'est la sanction !

g

**9** *Les associations de protection des consommateurs reconnaissent que la législation belge est une des plus avancées, mais que le problème réside davantage dans le contrôle de l'application de la loi. Quel est le rôle du SPF Economie en la matière ?*

Ils ne sont que quelques enquêteurs... Il n'y a pas des milliers de fonctionnaires et, comme vous le savez, on n'arrête pas de dire qu'il y a trop de fonctionnaires, ce que je ne pense pas... On ne peut pas avoir un contrôle de l'application des règles s'il n'y a pas de fonctionnaires qui les vérifient ! Ils essaient de regrouper les contrôles ; de contrôler plusieurs réglementations à la fois. Ils font des enquêtes préventives. On choisit ensemble les secteurs dans lesquels on va faire des enquêtes parce que contrôler tous les secteurs en permanence est impossible. Il faudrait engager des centaines de fonctionnaires, ce qui n'est pas dans l'air du temps ! Donc on va cibler l'énergie une année, les voyages l'année suivante, les centres de solarium où on a rencontré pas mal d'abus notamment concernant l'hygiène...

*Les calls centers, ces services au consommateur sont la plupart du temps critiqués. Les consommateurs se plaignent du manque de suivi. Ce sont souvent des personnes différentes que l'on a au bout du fil. Y a-t-il une loi qui régleme ce secteur ?*

En matière d'énergie, les dernières études montrent que ça s'est nettement amélioré. Rien n'est jamais parfait mais le médiateur a aussi examiné cette question-là de près : quelle est la durée d'attente ?, quel est le coût d'un appel téléphonique ?, est-ce que le client est bien renvoyé vers les bons services ? Etc. Les opérateurs eux-mêmes ont fait des enquêtes de qualité qui montrent que la plupart des clients sont plus satisfaits. Il ne faut pas oublier que ce service date de 2007, on est encore dans une phase de rodage d'une certaine manière. Mais manifestement pour les calls centers en tout cas dans le secteur énergie, cela s'est amélioré. Les factures énergétiques sont plus claires : à chaque problème (odeur de gaz, problème technique, problème avec votre facture...) correspond un numéro de téléphone clairement identifiable. Avant, c'était l'enfer, on ne savait pas si on devait appeler le gestionnaire de distribution ou bien l'opérateur commercial. Dans le domaine des télécommunications, on relève le même constat. La concurrence est tellement en guerre que les opérateurs ont compris que c'était un des éléments commerciaux fondamentaux que d'avoir un bon service après-vente et d'avoir un bon service commercial. Ce n'est pas encore parfait mais ça a l'air de s'améliorer...

*Quels sont les enjeux à venir en matière de protection du consommateur ?*

Un vrai combat en matière de consommation dans

les années à venir, c'est ce qu'on appelle "l'obsolescence programmée" c'est-à-dire l'idée selon laquelle les fabricants mettraient sur le marché des biens à la durée de vie (technique ou commerciale) délibérément réduite dès la conception pour obliger les consommateurs à les remplacer vite.

C'est un combat extrêmement difficile car on a intériorisé certains comportements d'achat. J'ai entendu des jeunes dire "Mon père ne voulait pas que je change de GSM, mais il n'est pas réparable, donc je vais pouvoir enfin changer !" Comment on lutte contre ça ? Concrètement, comment empêcher cela ? C'est difficile de mettre dans un contrat que la machine doit durer au moins x années.

Le produit est tellement peu cher (parce qu'il est fabriqué en Chine) qu'ils gagnent très peu sur le bien, mais par contre, ils vont gagner sur les assurances ou sur les réparations. La réparation est en quelque sorte fautive. Des réparateurs m'ont expliqué qu'il y a une pièce qui est faite pour mourir au bout de X heures d'exploitation. On renvoie la télé, on la démonte, on prend cette pièce et on la remplace par une autre identique... On fait payer cette réparation la moitié du prix d'un téléviseur nouveau et donc le consommateur a quand même intérêt à le faire réparer. C'est odieux comme pratique commerciale. C'est très compliqué à déceler et à réguler.

On ne peut pas dire : "si les gens peuvent acheter des biens coûteux, tant mieux pour eux et tant pis pour les autres !". Il faut que tout le monde ait accès à toute la gamme des biens qui permettent de vivre comme les autres.

*Que pensez-vous de l'éventuelle mise en place d'un Ecolabel pour récompenser les pratiques éco-responsables ?*

Les trois-quarts de la population n'a pas le choix, elle achète ce qu'elle peut et un quart a le choix. Donc dans le cas où le consommateur a le choix (encore faut-il qu'il ait envie de l'exercer), le label est utile.

Je suis partisan des normes obligatoires plus que d'un Ecolabel. L'Agence fédérale de l'environnement que j'ai créée, édite des normes sur les produits. Par exemple, il existe des poêles à bois bon marché de 300 € qui sont fabriqués en Chine mais qui ont une efficacité énergétique de 40%. Si vous achetez un poêle belge qui coûte plus cher mais dont la capacité énergétique est de 80%, il faudra deux fois moins de bois pour produire la même quantité de chaleur ! En 3 ou 4 ans, vous aurez récupéré l'investissement et



en plus vous aurez contribué à l'emploi local, à l'environnement... Mais si on attend des gens qu'ils disent "Je ne vais pas acheter le poêle à 300 €, je vais prendre celui à 1000 € parce que c'est mieux pour l'environnement, pour l'emploi, etc.", ça ne marchera pas. Il faut empêcher que le poêle de mauvaise qualité soit sur le marché et éventuellement aider les consommateurs les plus vulnérables à avoir accès à un bien plus cher mais de meilleure qualité.

***Est-ce que ce type de norme est envisageable dans le contexte économique actuel ?***

Cela dépend du secteur. Par exemple, pour les poêles à bois, on n'a eu aucun problème. On a encore 4 ou 5 producteurs en Belgique qui font de très bons produits. Eux-mêmes étaient demandeurs ! Pour les chauffe-eau, c'est pareil. On a en Belgique des producteurs de chauffe-eau parmi les meilleurs au monde. Dans le secteur du bois et des détergents, ils sont très demandeurs. C'est une erreur de penser que les sociétés sont automatiquement contre l'utilisation de produits plus sains et de meilleure qualité. Parfois, elles veulent développer un produit haut de gamme, écologiquement et socialement meilleur que les autres.

On fait du protectionnisme au nom de la santé et de l'environnement mais pas encore au nom de l'emploi ou au nom du social. Ce serait un pas en plus de dire "vous ne pouvez pas vendre ces produits en Belgique car ils sont fabriqués par des enfants !". C'est aussi un combat important à mener.

***Propos recueillis par  
Christine Steinbach et Claudia Benedetto***

## Questions subsidiaries

***Vous venez du monde universitaire et vous avez fait une ascension fulgurante en politique. Quels sont vos regrets et vos satisfactions par rapport aux nouvelles fonctions que vous occupez ?***

La satisfaction quand on fait de la politique, c'est d'avoir vraiment prise sur les choses. Quand on fait de la théorie, c'est bien mais on ne peut pas changer le monde. Quand on est aux responsabilités, on peut changer un certain nombre de choses. Par exemple, la loi sur le crédit à la consommation. C'était vraiment un problème compliqué, cela représente des mois de travail. On a mis en place une loi qui protège les gens parmi les plus vulnérables contre des gens qui étaient vraiment des rapaces. C'est une vraie satisfaction. Sinon, comme tout le monde, toute personnalité politique que vous interrogerez ces temps-ci vous dira que ces mois-ci, c'est très difficile de vivre dans le contexte politique belge.

***En dehors de votre fonction de ministre, avez-vous une passion en particulier ?***

Je n'ai pas de grande passion mais je lis beaucoup, des romans en particulier. J'aime aussi faire la cuisine. Je me suis mis au potager depuis peu de temps. Je trouve que le potager, c'est une des pratiques anticonsuméristes des plus intéressantes. Parce que, c'est très collectif. Avec mon chauffeur, qui a un potager aussi, on en parle deux fois par semaine, on s'échange des trucs, on s'échange des outils, des graines, on partage nos fruits et légumes quand on en a plus que ce qu'on peut en consommer... C'est une pratique fondée sur l'échange, sur la gratuité et justement sur le non-consumérisme mais sur une forme de retrait par rapport à la société de consommation.

C'est un extraordinaire apprentissage qui concerne toutes les générations, tous les milieux sociaux, pas seulement les précarisés. C'est à la fois un apprentissage de la lenteur, de la patience, des caprices de la nature. On ne peut pas consommer tout de suite parce que ça ne marche pas comme cela avec la nature, il y a des aléas...

# La médiation : Privilégier la solution à l'amiable

**La médiation se profile de plus en plus comme une alternative à la procédure judiciaire, dans de nombreux domaines, dont celui de la protection des consommateurs. Plus rapide, moins coûteuse, la médiation veille aussi à reconnaître le point de vue de chacun. Elle présente bien des avantages mais repose essentiellement sur les épaules des consommateurs.**

Il y a quelques jours, Anne a reçu la facture du garagiste à qui elle avait confié sa voiture pour changer les plaquettes de frein. En voyant le montant, elle n'en revient pas : c'est bien plus que le prix annoncé et cela ne correspond pas à la demande. Anne rappelle le garagiste pour contester la facture mais celui-ci ne veut rien entendre. S'estimant dans son droit, Anne envisage alors de recourir à une action en justice. Non sans inquiétudes : combien de temps cela va-t-il durer, quel sera le coût, quel avocat choisir pour soutenir son dossier ?

Depuis quelques années, une autre option est possible dans ce type de situation. Il s'agit de la médiation. Cette procédure a pour but de résoudre des conflits de manière pacifique, simple et rapide. Et bien souvent, elle réussit.

## Ombudsman et médiateur : Ne confondons pas

Il y a une certaine confusion qui persiste entre les rôles de médiateur et d'ombudsman. Elle provient de la traduction du néerlandais au français.

D'après la législation, un Ombudsman a pour mission de recueillir les plaintes concernant un service, une société publique, etc. Lorsqu'une personne adresse une plainte, l'ombudsman la redirige vers le responsable concerné et rédige une recommandation à l'intention du consommateur. Par ailleurs il analyse l'ensemble des plaintes reçues et élabore un point de vue qu'il adresse en fin d'année au service.

Lorsqu'il s'agit d'un médiateur, celui-ci prend en charge la plainte et traite le dossier. C'est le cas du Médiateur fédéral en Energie, par exemple.

## Les grands principes de la médiation

La médiation a d'abord été réservée au domaine des relations familiales. Mais le 21 février 2005, le législateur fédéral a adopté une loi qui élargit son champ d'action à tous les domaines, et notamment celui des relations commerciales. Elle peut aussi être activée pour des conflits concernant les relations entre bailleurs et locataires ; entre employeurs et travailleurs ; entre voisins ; entre associés d'une société...

La loi de 2005 a inscrit la procédure de médiation dans le Code judiciaire. Elle distingue deux types de médiation. La première est la **médiation volontaire**. Elle se déroule en dehors de toute action judiciaire. Les parties choisissent ensemble une personne qui servira de tiers, c'est-à-dire le médiateur qui les aidera à trouver une solution susceptible de leur convenir. Il existe aussi la **médiation judiciaire**. Comme son nom l'indique, celle-ci peut intervenir dans le cadre d'une procédure judiciaire, si le juge ou l'une des parties la propose. Mais, comme toujours, avec la médiation, l'ensemble des parties concernées doit donner son consentement. Si c'est le cas, la procédure judiciaire en cours est suspendue pour laisser place à la médiation.

Le législateur a aussi défini les principes de base de la médiation. Ils sont au nombre de trois. Premièrement, on ne peut entamer une médiation que sur base volontaire : toutes les parties concernées doivent donc donner leur accord pour entamer une procédure de ce type. Ensuite, une stricte confidentialité doit être respectée tant par les parties que par le médiateur, ou encore par un expert qui serait invité : rien de ce qui se dit au cours des rendez-vous de médiation, ou de ce qui s'écrit (courriers, docu-





M. Van Dieren

ments...) ne peut être utilisé hors du contexte de la procédure. Et, troisième principe, lorsqu'un accord aboutit en médiation, il possède la même valeur que l'arbitrage ou la décision d'un juge dans le cadre d'une procédure judiciaire civile.

Le médiateur aide les parties à trouver les meilleures solutions possibles au litige qui les oppose, tenant compte des situations de chacun. C'est bien là où réside l'avantage fondamental d'une médiation, par rapport à une procédure strictement judiciaire : en effet, cette dernière place souvent les parties en situation d'opposition frontale, les avocats cherchant à faire valoir unilatéralement l'intérêt de leur client. Bien souvent, un tel état d'esprit, qui mise sur un gagnant et un perdant à l'issue du procès, alimente le conflit et provoque une rupture irrémédiable des relations. Il y a pourtant toutes sortes de situations de la vie quotidienne où une telle issue n'est pas souhaitable. Y compris lorsqu'il s'agit d'un litige avec son garagiste ou son fournisseur d'énergie.

En principe, tout un chacun peut intervenir en tant que médiateur : avocat, notaire, juriste... Mais pour qu'un accord de médiation puisse être homologué, le médiateur doit être agréé par la Commission fédérale de médiation.

Cela dit, agréé ou non, un médiateur doit respecter certaines conditions pour exercer. La loi lui impose, comme on l'a vu dans les principes, le strict respect de la confidentialité, sous peine de sanctions. Il ne peut en aucun cas utiliser les faits dont il a pris connaissance par sa fonction, dans une procédure judiciaire, en tant que témoin, ou dans toute autre procédure. Le médiateur est aussi défini par la loi en tant que

*"tiers neutre, indépendant et impartial"*. Il doit être choisi par les parties. Son rôle n'est ni celui d'un juge ni celui d'un arbitre : *"Il ne tranche pas le conflit qui oppose les parties, il n'impose pas sa décision"*. Sa tâche la plus importante consiste à écouter chaque partie, et à chercher avec elles un terrain d'entente, une solution à l'amiable.

Le médiateur est rémunéré pour son intervention. Le montant de cette rémunération est à partager entre les deux parties. Notons que la médiation reste globalement deux fois moins chère qu'un passage au tribunal. En Belgique, selon le Réseau européen 'bMédiation', le coût moyen pour obtenir une décision du tribunal concernant un conflit de 200.000 € s'élève à 16.000 €. Pour ce même conflit, un compromis en médiation coûterait en moyenne 7.000 €, tous frais inclus.

La médiation commerciale peut s'exercer pour toutes sortes de litiges, dans de très nombreux domaines. De plus en plus sensibilisés à ce mode alternatif de résolution de conflits, beaucoup de secteurs se sont organisés pour pouvoir recourir à des experts qui connaissent leurs centres d'activités. Par exemple, les indépendants et PME affiliés à l'UCM (l'Union des classes moyennes) peuvent s'adresser aux experts de son service de médiation, s'ils sont confrontés à une plainte d'un consommateur, susceptible d'être traitée en médiation. Il existe aussi des organes de médiation par secteurs, qui s'adressent aux consommateurs eux-mêmes. Ainsi un client qui a un différend avec sa banque peut adresser sa plainte et demander une médiation auprès du Service de médiation Banques - Crédit - Placements, dans lequel siègent un Ombudsman (nommé par le secteur financier) et un représentant des consommateurs.

g

## g La médiation en ligne : BelMed

Relativement récente, la médiation est en train de prendre de l'ampleur et intéresse de plus en plus les pouvoirs publics, la Justice ainsi que de multiples acteurs tant de la société civile que du secteur commercial. Beaucoup voient dans cette approche différente des conflits une dynamique globalement plus positive pour les parties, parce qu'elle reconnaît davantage chacun dans ses droits, limite les tensions entre les plaignants et permet d'éviter la procédure judiciaire et ses aléas.

Dans ce contexte, une initiative a été prise en 2011 par le Service public fédéral (SPF) Economie, en Belgique. Il s'agit de la création d'une plate-forme en ligne, dévolue au règlement des litiges de consommation. Baptisée BelMed, cette plate-forme est un outil qui s'adresse aux consommateurs, aux entreprises et aux médiateurs.

Le but de BelMed est de faciliter la mise en route d'une médiation en ligne. D'abord en réunissant des partenaires preneurs de cette dynamique. A ce stade, ces partenaires sont au nombre de cinq : on y trouve le Service de Médiation de l'énergie ; un service de médiation concernant les litiges bancaires ; une commission compétente pour les litiges de voyages ; une autre pour les véhicules d'occasion et enfin, le Centre européen des consommateurs (CEC).

BelMed peut donc concrètement être utilisée pour des litiges concernant ces différents domaines. Et elle est appelée à s'étendre.

A quoi cet outil peut-il servir, par exemple pour Jean qui conteste la facture de régularisation que son fournisseur lui a envoyée ? Tout d'abord, Jean doit être majeur, il est supposé agir de bonne foi ; il ne doit pas avoir déjà porté l'affaire devant un tribunal et doit avoir au moins une fois pris contact avec son fournisseur pour chercher une solution. Si la démarche a été vaine, il peut activer BelMed.

## Un site d'information et de relais

Sur ce site, conçu de manière très pédagogique et simple, Jean trouvera d'une part des informations pratiques sur les formes de médiation possibles. D'autre part, il pourra introduire une demande de médiation. Il donnera quelques informations de base : qui est son fournisseur, quel est le problème (ex. désaccord sur le montant de la facture). Que se passe-t-il ensuite ? BelMed informe le fournisseur qu'une demande de médiation est introduite à son égard et renseignera ensuite les deux parties sur la suite. S'il y a accord pour une médiation, BelMed servira de relais numérique pour le médiateur et les parties. Bien entendu, les conditions de confidentialité sont garanties par le SPF Economie.

Evidemment, la médiation en ligne ne convient pas à tout le monde. En revanche, une personne qui serait preneuse mais ne dispose pas d'un ordinateur et d'une connexion Internet chez elle peut se rendre dans l'un des espaces publics numériques qui se développent en Belgique, à l'initiative des pouvoirs publics (ex. bibliothèques) ou d'associations qui ouvrent cet espace dans leurs locaux. En savoir plus : [www.belmed.fgov.be](http://www.belmed.fgov.be)

## Pour une action collective

Aujourd'hui, le SPF Economie porte donc avec enthousiasme la médiation dans les relations commerciales, avec la plate-forme numérique BelMed (voir article en page ...). Parmi les terrains ciblés : les achats en ligne à l'étranger. Mais qu'on ne s'y trompe pas, le but est avant tout économique. Selon BelMed, il s'agit de "renforcer la confiance des consommateurs dans le marché des biens et services transfrontaliers et encourager les PME à investir davantage dans le commerce électronique".

En outre, si la médiation présente évidemment des intérêts pour le consommateur, elle repose sur les épaules des individus et reste une démarche pas simple et qui mobilise des ressources.

### L'Agence belge de marketing direct recalée !

N'est pas partenaire de BelMed qui veut à n'importe quelle condition. L'ABMD a pu le constater récemment. En effet, l'Agence belge du marketing direct a fait sa demande pour participer au projet BelMed et... s'est vu priée de revoir sa copie. C'est qu'en bonne habituée des pratiques publicitaires et de l'autorégulation, l'ABMD pensait pouvoir se contenter de "revoir son code de conduite" pour l'adapter aux conditions de partenariat exigées par le SPF. Qui lui a rétorqué, à juste titre, qu'un code de conduite n'a d'intérêt que s'il engage la société plus loin que la Loi ne l'exige. Les discussions sont en cours. Que reproche-t-on à l'ABMD ? Comme le souligne le Crioc, qui a analysé son code de conduite<sup>(1)</sup>, celui-ci comprend de nombreuses phrases floues, sujettes à interprétations et sources d'insécurité juridique, au détriment de la protection du consommateur. Plus largement, le Crioc dénonce "cette multiplication de comités autorégulés qui ne font que détourner les plaintes des consommateurs vers des organismes privés au détriment du SPF Economie ou autres organismes publics". Par exemple, le Code prévoit que "Toute personne jugeant qu'une publicité, une action ou une pratique de commerce d'une entreprise est contraire aux dispositions du présent Code peut introduire une plainte auprès du Comité de Surveillance". Mais rien ne dit comment s'adresser à ce Comité. Et, de toutes façons, mieux vaut s'adresser au SPF Economie ou à l'officielle Commission de la protection de la vie privée.

1 Crioc, Commentaires sur le Code de conduite ABMD, 2011

## Télécoms : Chaque année, un record battu



M. Van Dieren

Il n'y a pas si longtemps encore, les entreprises qui avaient le monopole dans les secteurs du gaz et de l'électricité, ainsi que dans la téléphonie, devaient assumer des missions de service public, afin de garantir le droit d'accès de tous à ces services reconnus indispensables à la vie quotidienne.

Paradoxalement, depuis l'ouverture à la concurrence de ces secteurs, c'est là que l'on trouve les exemples les plus flagrants d'atteintes aux droits des consommateurs. Nous étions des usagers de réseaux publics. Nous sommes devenus des traders de l'énergie et du téléphone. Des gestionnaires de prises de risques.

En 2006, le journal La Libre notait un chiffre record de plus de 20.000 plaintes auprès du médiateur des télécoms : *"jamais les consommateurs belges n'ont été aussi mécontents de leurs opérateurs de télécommunications."*<sup>(1)</sup> Les choses ne se sont guère améliorées. En 2009, le nombre de plaintes passait à 23.964. En 2010, ce nouveau record est encore battu : 25.836. Notons quand même que le service de médiation a pu trouver un arrangement à l'amiable dans 92,89% des cas.

<sup>1</sup> La Libre du 8 août 2007.

Or le problème n'est pas individuel ! Le développement et l'expansion de pratiques commerciales douteuses, le refus de fournisseurs d'assumer un contentieux, le recours aux tractations sans traces écrites, au flou dans les termes, au démarchage à tout crin ne sont pas des faits isolés à traiter par la seule voie de la médiation. On ne peut donc que saluer le renforcement récent en matière de protection du consommateur. Mais pour modifier plus significativement encore le rapport de force entre fournisseurs et consommateurs, il faut concrétiser la piste de l'action collective (voir interview en page 11). Car celle-ci permettra à toutes les victimes d'une pratique commerciale abusive de faire partie des plaignants et de bénéficier, le cas échéant d'une indemnisation, sans que chacun, individuellement, doive entamer une action judiciaire. La Belgique est favorable à cette approche, nous disait le ministre Paul Magnette. En revanche, au sein de l'Union européenne, les positions ont reculé entre le début des travaux et la prise de décision. Il faut donc remettre l'ouvrage sur le métier.

Notre société prône la liberté de choix. Mais en fait, le choix ne permet de liberté que lorsqu'il peut être inscrit dans un cadre. Sans ce cadre, c'est la loi du plus fort qui s'impose.

**Christine Steinbach**

<sup>1</sup> La loi prévoit la possibilité d'obtenir la gratuité des prestations pour une médiation, selon certaines conditions. Pour en savoir plus : Maison de justice ou bureau d'aide juridique de votre région.

### Equipe de rédaction :

*Claudia Benedetto,  
Jean-Michel Charlier, Christine Steinbach,  
Monique Van Dieren*

**Rédactrice en chef :** *Monique Van Dieren*

**Mise en page :** *Hassan Govahian*

**Editeur responsable :** *Christine Steinbach,*  
48 rue de Gembloux, 5002 - Namur  
Tél : 081/73.40.86 - Fax : 081/74.28.33  
Courriel : secretariat@equipespopulaires.be

**Prix au n° :** 1 € 50

**Pour s'abonner à Contrastes et La Fourmilière**

(10 € par an pour 6 numéros) :

- Versez 10 € au compte BE46 7865 7139 3436 des Equipes Populaires, avec la mention : *"Abonnement à Contrastes"* + votre nom.



**Le bonheur se mesure-t-il vraiment au nombre de sacs qu'on ramène de sa virée en ville le premier jour des soldes ?**



## SOMMAIRE

### **3 PRATIQUES COMMERCIALES :**

#### **On n'est pas des pigeons !**

*En nous faisant croire que l'on peut tout avoir très vite et à moindre prix, les pratiques commerciales abusives peuvent avoir des conséquences graves sur la situation financière de certaines personnes.*

### **7 SURENDETTEMENT :**

#### **Travailler et être surendetté, pas si rare !**

*Parmi les personnes en médiation de dettes, près d'un tiers ont des revenus professionnels. Quelle prévention au sein des entreprises ?*

### **11 INTERVIEW :**

#### **“La Belgique fait de la résistance....”**

*Paul Magnette, Ministre en charge de la protection des consommateurs*

### **16 MÉDIATION :**

#### **Privilégier la solution à l'amiable**

*La médiation se profile de plus en plus comme une alternative à la procédure judiciaire, dans de nombreux domaines, dont celui de la protection des consommateurs. Mais elle repose essentiellement sur les épaules des consommateurs.*