



# AVIS

**CCE 2018-1510**

**Evaluation de la charte en faveur de la clientèle et du  
Code de conduite e-invoicing**





**Avis concernant l'évaluation de la Charte  
en faveur de la clientèle et du code de conduite e-invoicing**

**Bruxelles  
24.05.2018**

## Saisine

Par lettre du 1er septembre 2017, le Ministre de l'Economie et des Consommateurs, Kris Peeters, a saisi le Conseil de la Consommation, actuellement, la Commission consultative spéciale Consommation (CCS Consommation)<sup>1</sup>, d'une demande d'avis sur l'évaluation des codes de conduite.

Dans son avis du 14 février 2018<sup>2</sup>, la CCS Consommation a déjà formulé certaines remarques générales relatives aux codes de conduite, ainsi que soumis certains codes de conduite à une évaluation approfondie.

Deux codes de conduite n'ont pas encore été soumis à une évaluation dans l'avis du 14 février 2018. Il s'agit en effet de la Charte en faveur de la clientèle et du code de conduite e-invoicing (facturation électronique). L'évaluation de ces codes de conduite a été confiée respectivement à la sous-commission Pratiques du commerce et à la sous-commission Digitalisation. La sous-commission Pratiques du commerce s'est réunie à cet effet, le 26 mars 2018, et la sous-commission Digitalisation, le 24 avril 2018.

Ont pris part aux activités de ces sous-commissions : Mmes Block (Comeos), Cetinkaya (AB-REOC, rapporteur), Dammekens (FEB, rapporteur) et Desimone (FGTB), et MM. Boghaert (CGSLB) et van Oldeneel tot Oldenzeel (Assuralia).

Le projet d'avis a été soumis, le 24 mai 2018, pour approbation à l'assemblée plénière de la CCS Consommation, qui l'a approuvé à l'unanimité, sous la présidence de M. Reinhard Steennot.

## AVIS

### 1 Remarque générale

La CCS Consommation souhaite avant tout préciser que toutes les remarques générales qui ont été faites dans l'avis du 14 février 2018 s'appliquent également entièrement dans le cadre de l'évaluation de la Charte en faveur de la clientèle et du code de conduite e-invoicing. Il s'agit en effet de la transparence, de la notoriété (besoin de publicité), de la force contraignante des codes de conduite, de la force exécutoire des règles de conduite, de l'évaluation des codes de conduite par les secteurs, du suivi et du contrôle ex ante des nouveaux codes de conduite. Ces remarques générales seront spécifiées au besoin ci-dessous.

---

<sup>1</sup> [Arrêté royal du 13 décembre 2017 portant création de la Commission consultative spéciale "Consommation" au sien du Conseil central de l'économie et portant suppression de la Commission pour l'étiquetage et la publicité écologiques \(M.B. 28 décembre 2017\).](#)

<sup>2</sup> [Avis de la CCS Consommation du 14 février 2018 : Evaluation des codes de conduite sur la vente directe, le fitness et les opticiens \(CCE 2018-0414\).](#)

## **2 Charte en faveur de la clientèle**

### **2.1 Introduction**

Le 15 juin 2011, une vingtaine d'entreprises, principalement du secteur des télécommunications et de l'énergie, ont signé la Charte en faveur de la clientèle. Cette Charte a vu le jour à l'initiative de Test-Achats et de Vincent Van Quickenborne, le Ministre pour l'Entreprise et la Simplification de l'époque, à la suite du magazine des consommateurs de radio 1 'Peeters & Pichal'. La Charte est entrée en vigueur le 1er janvier 2012, les signataires s'engageant à fournir un meilleur service dans le cadre de la communication avec leurs clients.

Concrètement, les signataires de cette Charte s'engagent notamment à :

- fournir des données de contact claires et transparentes;
- limiter le temps d'attente à 2,5 minutes pour les consommateurs en cas d'appels téléphoniques;
- proposer un menu téléphonique le plus simple possible et à rediriger les consommateurs au maximum deux fois en cas d'appels téléphoniques;
- confirmer ce qui a été convenu oralement par courrier, courriel ou SMS;
- répondre aux questions et plaintes des consommateurs dans un délai de 5 jours ouvrables ou à envoyer au moins un accusé de réception dans les 5 jours ouvrables et, en cas de contestation d'une facture, dans un délai de 10 jours ouvrables;
- suspendre immédiatement le recouvrement de la partie contestée de la facture;
- rédiger des contrats et factures transparents;
- fournir des informations transparentes et accessibles sur les produits et services offerts.

### **2.2 Evaluation de la Charte en faveur de la clientèle**

#### **2.2.1 Sur le plan du contenu**

La CCS Consommation soutient entièrement l'initiative prise en 2011 concernant cette charte afin d'améliorer la satisfaction de la clientèle et l'orientation "client". Elle est convaincue de ce que cette charte a déjà prouvé sa valeur ajoutée, en plus des dispositions légales et réglementaires et des obligations contractuelles applicables aux signataires. Il ressort d'un sondage réalisé par le programme 'Hautekiet' de Radio 1 auprès des signataires que la charte aurait eu des retombées positives, certainement en ce qui concerne les temps d'attente<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/binnenland/1.2837110>.

En ce qui concerne le contenu de la charte, la CCS Consommation fait remarquer que l'accent est surtout mis sur la réduction des temps d'attente et le respect des délais de réponse pour les lettres et e-mails. La CCS Consommation estime que c'est naturellement très important, mais insiste sur le fait que cela ne peut en aucun cas se faire au détriment de la qualité de la réponse. En effet, pour le consommateur, il est non seulement important qu'il soit aidé le plus rapidement possible, mais surtout qu'il reçoive une réponse claire et correcte. La CCS Consommation estime que l'importance du contenu de la réponse apparaît trop peu dans la charte.

Pour pouvoir fournir une réponse claire et correcte, il est crucial que le personnel concerné dispose de toutes les connaissances nécessaires. La CCS Consommation est satisfaite que la Charte mentionne que les signataires tiendront compte de la charge de travail et des conditions de travail des collaborateurs du service à la clientèle, du helpdesk, du service après-vente, du centre d'appel ou du point de contact, mais trouve qu'il faut également mentionner que les collaborateurs doivent avoir une formation suffisante.

La CCS Consommation estime en outre que le contenu de la charte devrait être actualisé en fonction du développement numérique, à savoir les nouvelles méthodes avec lesquelles les entreprises entrent en contact avec leurs clients (médias sociaux, chatbots...).

### **2.2.2 Instruments de suivi et contrôle du respect**

Au point III. Instruments de suivi et publication des données sur la politique en faveur de la clientèle, la charte stipule ce qui suit :

*“Les signataires utiliseront des indicateurs de performance afin de mesurer les différents points de cette charte avec un maximum d’objectivité et de cohérence. Ils veilleront à cet égard à faire appel aux indicateurs éventuellement imposés par la réglementation et les régulateurs sectoriels spécifiques.*

*Les indicateurs suivants seront au moins développés :*

- *Appels téléphoniques:*
  - *Pourcentage d’appels pris en charge par un opérateur par rapport au nombre d’appels total.*
  - *Temps d’attente moyen entre le moment où l’appelant a fait son choix final dans le menu téléphonique et le moment où l’opérateur répond.*
- *Factures:*
  - *Délai moyen de régularisation des factures, le cas échéant.*
  - *Délai moyen de remboursement des crédits au consommateur le cas échéant. Ce délai est mesuré à l’aide de la date de facturation et de la date de remboursement du crédit.*
- *Plaintes:*
  - *Nombre de plaintes des consommateurs fondées et acceptées, adressées aux services de médiation du secteur concerné.*

*Pour améliorer la transparence en ce qui concerne les différents aspects du service aux consommateurs, les signataires publieront à intervalles réguliers ces indicateurs et les actualiseront au moins 4 fois par an:*

- *le cas échéant dans le rapport annuel,*
- *le cas échéant sur le site internet,*
- *via d'autres documents ou canaux d'information.*

*Les dispositions précédentes relatives aux indicateurs ne s'appliquent pas aux signataires déjà soumis à des indicateurs de performance similaires imposés par les régulateurs compétents."*

Afin de pouvoir évaluer de quelle manière les entreprises signataires ont donné suite à ces dispositions, une lettre a été envoyée, à la demande de la sous-commission, à tous les signataires de la charte afin d'obtenir leurs indicateurs de performance. La CCS Consommation a reçu un nombre limité de réponses<sup>4</sup>. Les entreprises qui ont répondu disposent des indicateurs de performance nécessaires prescrits par la charte et veillent également à leur publication. Certaines entreprises renvoient également à des indicateurs de qualité similaires qui sont par exemple mis à jour par le régulateur du secteur<sup>5</sup>.

Sur la base du nombre limité de réponses reçues, la CCS Consommation estime qu'il est difficile de se prononcer sur le respect de ces dispositions sur les indicateurs de performance. La CCS Consommation est satisfaite que les entreprises qui ont répondu rédigent et publient ces indicateurs de performance. Elle estime que, si ces informations se retrouvaient facilement sur le site internet de l'entreprise, cela améliorerait la transparence vis-à-vis du consommateur.

La CCS Consommation a également envoyé des lettres à tous les services de médiations concernés, à savoir pour vérifier dans quelle mesure les dispositions de cette charte sont appliquées en cas de traitement de réclamations sur une entreprise qui a signé la charte. Sur la base des réponses reçues<sup>6</sup>, la CCS Consommation fait les constatations suivantes :

- La plupart des services de médiation indiquent qu'ils sont peu voire pas familiarisés avec l'existence de la Charte en faveur de la clientèle et, par conséquent, qu'ils n'appliquent pas non plus la charte dans le traitement journalier des dossiers. Seul le Service de médiation pour les télécommunications indique, dans une réponse détaillée, qu'ils vérifient l'application des dispositions de la charte lors du traitement des réclamations;
- Les services de médiation font savoir que la Charte a uniquement été signée par un nombre très limité d'entreprises qui relèvent de leurs compétences, ce qui ne favorise pas la notoriété de la charte. L'exception est de nouveau le secteur des télécommunications, où certains acteurs importants (Proximus, Telenet, Orange...) ont signé la Charte;

---

<sup>4</sup> A savoir: Bpost, Proximus, Eandis/Infrax, Orange, Engie Electrabel, Lampiris et le SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie.

<sup>5</sup> Ainsi, Proximus renvoie aux indicateurs de qualité publiés par l'IBPT depuis 2016 sur leur site internet pour les différents opérateurs : <http://www.bipt.be/fr/consommateurs/internet/qualite-de-service/indicateurs-de-qualite>.

<sup>6</sup> Les services de médiation suivants ont répondu : Ombudsfin, Médiateur régional de l'Energie, Service de médiation pour les télécommunications, Ombudsman des assurances, Service de Médiation pour le Consommateur et Service de médiation pour le secteur postal.

- Certains services de médiation font remarquer que, si les accords passés dans la Charte sont certes très nobles, ils ne sont pas toujours facilement applicables dans le cadre d'une médiation. Il est souvent plus simple et plus efficace de renvoyer à des règles du droit des consommateurs ou à une législation sectorielle spécifique qui reprennent les principes de la Charte. Certains services de médiation renvoient également à leurs propres codes de conduite au sein du secteur (secteur bancaire, secteur des assurances, accord : le consommateur dans le marché libre de l'électricité et du gaz);
- La charte prescrit que les accords passés oralement avec les consommateurs doivent être confirmés par courrier, courriel ou SMS, afin d'éviter tout malentendu sur les accords passés. Le Service de médiation pour les télécommunications constate cependant que cela n'est pas toujours évident en pratique. Ainsi, il est souvent presque impossible de retrouver le contenu précis de la conversation entre le service clientèle et l'utilisateur. Le traitement des réclamations montre d'ailleurs que certains opérateurs ne notent même pas et ne conservent pas dans les fichiers un résumé des conversations avec les clients.

Chaque code de conduite devrait également prévoir un contrôle de son respect. En ce qui concerne la charte en faveur de la clientèle, le SPF Economie a un rôle important à jouer sur ce point. La charte stipule en effet que le SPF Economie veillera à l'application correcte de la présente charte. Il établira annuellement une évaluation destinée aux signataires et un rapport annuel destiné au public qu'il publiera. Ensuite, un point de contact est créé au sein du SPF Économie, où pourront être adressées les questions et plaintes concernant la charte et son respect. En outre, il est stipulé que la mise en œuvre et l'application des dispositions de la présente charte seront évaluées au moins une fois par an, que les signataires de la charte se réunissent au moins une fois par an à l'initiative du Ministre et sous le secrétariat du SPF Economie pour aborder cette évaluation, ce qui peut mener à des adaptations de la charte.

La CCS Consommation déplore que ces dispositions relatives au respect de la charte soient restées en pratique lettre morte. La CCS Consommation demande dès lors au Ministre de rappeler au SPF Economie ses obligations dans le cadre de cette charte. Le SPF Economie a certes rédigé lui-même une propre charte du client, mais cela concerne ses propres services et elle ne prévoit pas un contrôle du respect de la Charte en faveur de la clientèle par les autres signataires<sup>7</sup>.

La CCS Consommation constate également qu'aucune sanction n'est prévue pour celui qui ne respecte pas les dispositions de la charte. Selon la CCS Consommation, celui qui ignore systématiquement la charte devrait au minimum être radié de la charte.

### **2.2.3 Portée de la charte**

La CCS Consommation a fait remarquer qu'en plus des 20 signataires initiaux de la charte, le 22 octobre 2012, une dizaine d'entreprises ont adhéré à la charte. Depuis lors, il n'y a plus eu de nouvelle adhésion, le nombre de signataires de la charte restant malgré tout plutôt limité. La CCS Consommation appelle le Ministre à mettre davantage ce code de conduite sous les projecteurs. Le SPF Economie semble être l'instance la plus appropriée à cet effet.

---

<sup>7</sup> <https://economie.fgov.be/fr/charte-du-client-du-spf>.

Selon la CCS Consommation, ces constatations confirment les remarques générales du premier avis : les codes de conduites doivent avoir une portée aussi large que possible. Le succès d'un code de conduite se mesure en effet au nombre d'entreprises qui y ont souscrit.

Selon la CCS Consommation, il faudrait en particulier encourager plus d'entreprises publiques, qui sont au moins financées partiellement avec des moyens publics, à signer la charte. Actuellement, seulement un nombre limité d'entreprises publiques ont signé la charte (VRT, Bpost, Proximus...). Il existe il est vrai une Charte pour une administration à l'écoute des usagers<sup>8</sup>, mais cette Charte date déjà de 2006 et n'est donc plus actuelle. En outre, on ne sait pas clairement quelles entreprises publiques/quels services publics relèvent du champ d'application de cette Charte. Il est dès lors important que les autorités créent la clarté sur les règles du service à la clientèle que l'on veut mettre en avant.

### **3 Code de conduite e-invoicing (facturation électronique)**

#### **3.1 Introduction**

La loi du 17 décembre 2012 modifiant le Code de la taxe sur la valeur ajoutée (entrée en vigueur le 1er janvier 2013) met sur pied d'égalité la facture électronique et la facture papier (au point de vue juridique, fiscal et commercial). Le code de conduite e-invoicing (facturation électronique) consolide cette assimilation. Depuis novembre 2012, 30 entreprises ont signé le code de conduite<sup>9</sup>.

Le code de conduite est destiné à la facturation électronique (= e-invoicing) entre un fournisseur et des consommateurs. Il leur donne un cadre clair et fixe. Le code a vu le jour afin de favoriser la confiance dans la facturation électronique auprès des clients et d'en promouvoir l'utilisation. Le code stipule notamment qu'en aucun cas le consommateur ne peut être surfacturé s'il a opté pour une facturation électronique au lieu d'une facturation au format papier. Le fournisseur doit respecter le choix du consommateur, qui peut modifier ce choix à tout moment. Le code de conduite contient en outre également différentes obligations d'informations vis-à-vis du consommateur.

#### **3.2 Evaluation du code de conduite e-invoicing**

Le Conseil de la Consommation a déjà émis auparavant deux avis concernant ce code de conduite<sup>10 11</sup>. Dans son avis de 2013, le Conseil de la Consommation a accueilli favorablement l'initiative de ce code de conduite et a souligné les avantages tant pour les entreprises (moins de frais), les consommateurs (moins de papier, la possibilité de décider sous quelle forme sauvegarder une facture...) que pour l'environnement. Le Conseil a cependant fait remarquer que le code devrait être amélioré du point de vue de la forme et de la clarté et a formulé à ce sujet différentes remarques de nature à créer de la sécurité juridique ou à lever l'insécurité juridique. Dans son avis de 2014, le Conseil de la Consommation a constaté qu'il n'avait pas été donné suite à ses remarques. Afin que l'on tienne compte cette fois-ci de ses remarques, les adaptations proposées ont été directement reprises dans le texte du code de conduite même.

---

<sup>8</sup> [https://fedweb.belgium.be/fr/reglementation/20060623\\_cm\\_charte\\_administration\\_ecoute](https://fedweb.belgium.be/fr/reglementation/20060623_cm_charte_administration_ecoute).

<sup>9</sup> <https://www.efacturation.belgium.be/fr/code-de-conduite>.

<sup>10</sup> [Avis n° 459 du Conseil de la Consommation du 17 janvier 2013 sur un projet de code de conduite en matière de facturation électronique.](#)

<sup>11</sup> [Avis n° 473 du Conseil de la Consommation du 2 avril 2014 sur l'évaluation du code de conduite en matière de facturation électronique.](#)

La CCS Consommation constate encore une fois que les remarques du Conseil de la Consommation de l'avis de 2014 n'ont pratiquement pas été prises en considération. La CCS Consommation le déplore pleinement, puisqu'il s'agit de points de vue unanimes, soutenus tant par les représentants de la production, de la distribution et des classes moyennes que par les représentants des consommateurs. La CCS Consommation est toujours convaincue que ce code offre une valeur ajoutée afin de favoriser la confiance dans la facturation électronique auprès de clients et d'en promouvoir l'utilisation, mais demande que l'on tienne compte de ses remarques afin de donner un nouvel élan au code de conduite. En effet, la CCS Consommation constate que, depuis la rédaction du code de conduite fin 2012, seulement une trentaine d'entreprises y ont souscrit. Selon la CCS Consommation, l'insécurité (juridique) qu'entraîne les imprécisions dans le code de conduite pourrait expliquer (en partie) le nombre limité de signataires du code de conduite jusqu'à présent. La discussion des adaptations proposées pourrait par exemple avoir lieu lors de l'évaluation annuelle, telle que prévue dans le code de conduite, par les signataires et le SPF Economie, sous la coordination de l'Agence pour la simplification administrative. Il est maintenant d'autant plus important de relancer le code de conduite que l'on constate une stagnation dans l'utilisation de la facturation électronique au sens strict du mot et qu'il semble y avoir une augmentation de la facturation électronique via PDF en annexe d'un e-mail, surtout chez les PME. Ce n'est cependant pas une manière sûre de travailler.<sup>12</sup>

La CCS Consommation constate dans le code de conduite que les fournisseurs s'engagent à informer le consommateur de leur adhésion d'une manière large, et au moins des façons suivantes :

- *Si le signataire a un site web, il mentionne clairement son adhésion sur celui-ci, avec le texte intégral du code de conduite ou un lien vers celui-ci ; cette mention doit être bien lisible et facilement accessible au consommateur;*
- *Dans la mesure du possible, l'adhésion à ce code de conduite est mentionné sur les factures et les messages commerciaux;*
- *L'adhésion est clairement et indubitablement reprise dans les conditions générales."*

Dans le cadre de la transparence vis-à-vis du consommateur, la CCS Consommation trouve qu'il est important de respecter effectivement cette disposition.

En ce qui concerne le respect, le code stipule que le SPF Economie est compétent pour les réclamations relatives au non-respect du code de conduite ainsi que pour infliger le cas échéant une sanction au fournisseur. La CCS Consommation souligne encore l'importance du respect des règles de conduite.

Enfin le code de conduite mentionne que le non-respect par le signataire peut être considéré le cas échéant comme "*un acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale*". Ici, on renvoie encore à la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur. C'est également le cas dans les alinéas sous 'Bon à savoir', à la fin du code de conduite. La CCS Consommation demande d'actualiser ce point et de remplacer les renvois par les dispositions correspondantes du Code de droit économique.

---

<sup>12</sup> [Note de politique générale 2018 Simplification administrative.](#)