

# MEMORANDUM 2024



Service de Médiation  
pour le Consommateur

# MEMORANDUM 2024

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

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

**2. Les citoyens ont droit à un Service de Médiation pour le Consommateur fort.**

**Cela implique qu'il ait :**

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

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

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

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

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



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

Le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation en Belgique est organisé au niveau sectoriel. Les consommateurs et les entreprises qui ont un litige doivent s'adresser à l'entité qualifiée de leur secteur pour une médiation impartiale. Une seule entité qualifiée peut opérer dans chaque secteur. Une seule entité peut être compétente pour chaque litige de consommation.

Cette approche présente plusieurs avantages. Tout d'abord, la transparence et la clarté. Tant les consommateurs que les entreprises savent à qui s'adresser et où obtenir de l'aide. Cela signifie également qu'il n'y a pas de concurrence entre les différentes entités qualifiées. La concurrence peut être bonne et stimulante, mais dans le secteur de la résolution extrajudiciaire des litiges, elle encourage la partialité et peut susciter un traitement inégal des litiges. Enfin, une entité sectorielle possède également l'expertise nécessaire pour évaluer correctement les dossiers. Cette expertise est essentielle dans certains secteurs pour comprendre les dossiers techniques et rechercher une solution avec les deux parties.

L'organisation par secteur est une base solide, mais seulement si la couverture par l'entité est complète. Cela signifie, premièrement, qu'elle doit être compétente pour toutes les entreprises qui exercent des activités dans ce secteur. Deuxièmement, l'entité doit pouvoir ouvrir un dossier pour tout produit ou service fourni dans le secteur.

Aujourd'hui, ce n'est pas le cas pour toutes les entités sectorielles, ce qui crée encore de la confusion chez les consommateurs. Il existe des entités qui ne traitent que les dossiers de certains affiliés ou qui ne reçoivent que les dossiers qui traitent d'une certaine catégorie de problèmes. Les dossiers de ce secteur qui ne relèvent pas de leur compétence sont alors traités par le Service de Médiation pour le Consommateur (SMC). En effet, il traite les dossiers qui ne sont pas pris en charge par une autre entité, ce que l'on appelle les litiges de consommation résiduels.

Cependant, le SMC ne dispose pas toujours des connaissances techniques nécessaires, ce qui rend plus difficile pour les parties de savoir où et à qui elles peuvent s'adresser.

Le Service de Médiation pour le Consommateur préconise d'organiser chaque service de règlement extrajudiciaire des litiges sur une base sectorielle, de sorte qu'une seule entité par secteur soit compétente pour tous les litiges au sein de ce secteur. Le cas échéant, le gouvernement fédéral devrait prendre des initiatives législatives pour obliger les secteurs à le faire, comme il le fait depuis des années pour les ombudsmans sectoriels qui sont membres du comité de direction du Service de Médiation pour le Consommateur.<sup>1</sup>

Chaque secteur est responsable de l'organisation et du financement de sa propre entité qualifiée. Le Service de Médiation pour le Consommateur peut apporter ses connaissances et son expertise.

<sup>1</sup> Il s'agit des ombudsmans sectoriels pour le secteur postal, les télécommunications, l'énergie, les assurances, les services financiers et les voyageurs ferroviaires.



## 2. Les citoyens ont droit à un Service de Médiation pour le Consommateur fort.

Cela signifie que celui-ci doit avoir :

### a. un visage : l'Ombudsman du Consommateur

Le comité de direction du SMC est composé de 10 ombudsmans représentant six services de médiation, d'un représentant du Ministre de l'Economie et d'un représentant du Ministre du Budget. Ces deux derniers siègent à titre consultatif. La présidence est tournante pour une période de deux ans. Les mandats de président, de vice-président et de membre du comité de direction ne sont pas rémunérés. Il se réunit tous les mois.

L'expérience et l'expertise de ses membres ont indéniablement joué un rôle déterminant dans la mise en place du SMC. Le comité de direction a le mérite d'avoir mis en place un service solide et fiable. Toutefois, cette structure est lourde et peut en outre être source de confusion. En effet, chaque ombudsman membre du comité de direction a toujours deux casquettes qui, dans certains cas, ne sont pas parfaitement alignées.

Le SMC devrait avoir la même structure que les autres services de médiation, avec un ombudsman indépendant à la tête du service au lieu d'un comité de direction.

Cela devrait donner un visage au SMC, un visage qui soit le premier point de contact à la fois pour les parties à la médiation, les décideurs politiques et la presse.

La consultation de fond entre les différents ombudsmans/entités qualifiées est très utile mais elle peut être organisée d'une autre manière et est distincte de la structure du SMC.

### b. une structure indépendante, autonome et efficace

Pour un ombudsman, l'indépendance est le critère de fonctionnement fondamental. Cela se traduit tant au niveau de la résolution des litiges individuels qu'à tous les autres niveaux. Dans les limites de ses compétences, l'ombudsman ne reçoit d'instructions d'aucune instance. Il accomplit ses missions en toute indépendance. Celle-ci doit être définie de la manière la plus large possible et ne pas se limiter au traitement des litiges. Le cadre légal et réglementaire devrait être modifié en conséquence. L'indépendance du Service de Médiation pour le Consommateur sur tous les fronts devrait être inscrite dans la loi en tant que principe.

### c. un financement adapté aux besoins

Afin de satisfaire aux conditions d'indépendance et d'impartialité visée au livre XVI du Code de droit économique (CDE), chaque entité qualifiée et donc également le Service de Médiation pour le Consommateur, doit disposer d'un budget propre et spécifique suffisant pour remplir ses missions.<sup>2</sup>



<sup>2</sup> Art. 2, 3° de l'arrêté royal du 16 février 2015 précisant les conditions à remplir par l'entité qualifiée visée au livre XVI du Code de Droit Economique.

Pour fonctionner efficacement, le SMC doit disposer de ressources humaines, matérielles et financières suffisantes.<sup>3</sup> Cela implique également que l'entité ne peut pas être rémunérée en fonction du résultat de la résolution extrajudiciaire des litiges.<sup>4</sup>

Le financement du Service de Médiation pour le Consommateur est actuellement triple et consiste en (i) une subvention imputée au budget général des dépenses, (ii) des contributions des entreprises impliquées dans le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et (iii) une contribution des services de médiation qui siègent à son comité de direction. Ce financement n'est pas seulement insuffisant, il n'est pas non plus correct. De par sa nature même, le SMC devrait être financé à 100 % par des entreprises qui ne sont pas elles-mêmes membres d'un service de médiation sectoriel. Le gouvernement fédéral peut prendre des initiatives législatives pour obliger les secteurs à le faire, comme il le fait depuis des années pour les services de médiation sectoriels. Jusqu'à ce qu'une telle législation soit adoptée, le financement devra provenir du gouvernement fédéral.

Le financement du SMC, selon lequel les secteurs qui financent déjà leur propre service de médiation soutiennent également financièrement le service de médiation pour les consommateurs, n'est pas correct.

#### **d. une sensibilisation accrue des acteurs économiques**

Pour que le SMC réussisse dans sa mission, il doit jouir d'une notoriété et d'une confiance suffisantes auprès de toutes les parties prenantes. La médiation des litiges de consommation dépend de la coopération constructive des deux parties, ce qui n'est possible que lorsque tout le monde connaît l'existence et le fonctionnement du Service de Médiation pour le Consommateur. Contrairement aux entités sectorielles qualifiées, le SMC rencontre très souvent des entreprises qui ne connaissent pas la résolution extrajudiciaire des litiges et qui n'ont pris aucun engagement à cet égard. Il est certain que pour elles, inconnu rime avec méfiance. Par conséquent, l'ouverture d'une procédure de médiation dans ces cas commence inévitablement par l'explication de ce qu'est le SMC et par la nécessité de convaincre l'entreprise des avantages de la résolution extrajudiciaire des litiges et de coopérer à la procédure. Une meilleure sensibilisation est primordiale pour le succès du Service de Médiation pour le Consommateur.

La meilleure garantie d'accès au SMC est que les consommateurs soient informés de son existence par les entreprises elles-mêmes. Cela peut se faire par une simple référence dans leurs conditions générales sur les factures émises ou sur la page de contact du service clientèle ou de réclamation. Ce principe devrait être renforcé et ancré dans l'article XVI.4 du CDE. Cela permettra non seulement de sensibiliser les consommateurs mais aussi de favoriser une coopération constructive des entreprises.

<sup>3</sup> Considérant 46, Directive 2013/11/UE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relative aux modes alternatifs de résolution des litiges de consommation

<sup>4</sup> Art 2, 7<sup>o</sup> AR du 16 février 2015



### 3. L'obligation pour les entreprises de coopérer à la résolution extrajudiciaire des litiges protège les citoyens.



La meilleure façon de résoudre un litige est de travailler de manière constructive avec les deux parties pour trouver une solution qui les satisfasse toutes les deux et qu'elles soient prêtes à mettre en œuvre et à respecter. Une procédure fondée sur la confiance, la compréhension et une attitude constructive a le plus de chances de réussir. À la base, il y a d'abord la coopération de l'entreprise. Le consommateur qui contacte le SMC pour demander une médiation impartiale est censé vouloir participer à cet effort de médiation. L'entreprise doit également être au moins disposée à écouter et à exprimer son point de vue.

La coopération à la procédure devrait être obligatoire pour les entreprises. Sur ce point, nous souhaiterions donc que le législateur belge aille plus loin que ce qui est aujourd'hui prévu dans la proposition de révision de la directive ADR. En revanche, nous sommes tout à fait d'accord que les avis et recommandations du Service de Médiation pour le Consommateur ne soient pas contraignants, les tribunaux restant souverains en la matière. Il convient toutefois de préciser que les recommandations du Service de Médiation pour le Consommateur peuvent être mises en œuvre volontairement. Dans la pratique, le SMC constate que c'est parfois le cas.



## 4. Implication des ombudsmans et des entités qualifiées dans les initiatives législatives qui les concernent.

La résolution extrajudiciaire des litiges et le travail de l'ombudsman se déroulent dans des sphères d'activité limitées, mais en plein essor (plus de 80.000 plaintes en 2023 pour le SMC et les ombudsmans siégeant au comité de direction). En tant que tels, les avantages pour les parties l'économie et l'État de droit sont nombreux.

Il existe de nombreuses initiatives réglementaires différentes qui modifient les pouvoirs et les procédures du Service de Médiation pour le Consommateur.

Ainsi, une récente proposition de la Commission européenne visant à modifier la directive ADR<sup>5</sup> prévoit, d'une part, d'étendre le champ d'application du SMC aux entreprises opérant en Belgique<sup>6</sup> mais énonce, d'autre part, que les entreprises ne devraient plus faire référence à l'existence de l'ADR.

A priori, ces deux ajustements ne peuvent être accueillis favorablement par le SMC. En effet, l'extension du champ d'application nécessiterait une adaptation des moyens législatifs pour garantir un cadre de collaboration avec les entreprises étrangères, ce qui n'est pas prévu dans la proposition actuelle. Et l'absence de référence à l'ADR va à contresens des initiatives récurrentes pour faire connaître ce mécanisme dans les différents secteurs.

En outre, un point de contact ADR serait également créé de préférence au sein du Centre européen des consommateurs (CEC). Cette dernière proposition n'est pas du tout conforme aux principes d'indépendance et d'autonomie du SMC qui devrait être le point de contact des parties dès le départ. De plus, l'une des obligations légales du SMC est déjà d'orienter correctement les parties vers l'entité qualifiée compétente.

Enfin, le SMC est également autorisé à agir en tant que représentant de groupe dans le cadre d'une action collective en Belgique. Il y a des arguments pour et contre, mais en tout état de cause, l'aptitude du SMC à agir en tant que représentant du groupe devrait être incluse dans la loi, y compris le pouvoir d'agir dans tout litige de consommation. En outre, il devrait y avoir un financement suffisant.

Ces exemples démontrent à souhait que les ombudsmans et entités qualifiées devraient être consultés sur les initiatives réglementaires afin d'en améliorer la qualité de leur contenu.

<sup>5</sup> [https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/resolve-your-consumer-complaint/alternative-dispute-resolution-consumers\\_fr](https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/resolve-your-consumer-complaint/alternative-dispute-resolution-consumers_fr)

<sup>6</sup> Et non plus aux entreprises basées en Belgique



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

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

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



Service de Médiation  
pour Le Consommateur