





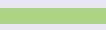
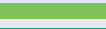




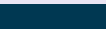


RAPPORT ANNUEL

2025



Service de Médiation
pour le Consommateur

INTRODUCTION

	CHIFFRES CLÉS
	L'ÉQUIPE
	BUDGET 2024
	EXEMPLES
	A. CHÈQUES-CADEAUX
	B. LE DROIT DE RÉTRACTATION
	C. AVIATION
	D. AUTOMOTO
	E. CONSTRUCTION
	F. JEUX DE HASARD
	RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES
	DES MÉDIATEURS FORTS !
	LIENS VERS LES AUTRES ENTITÉS QUALIFIÉES
	CONTACT

L'année 2025 a été une année record pour le Service de Médiation pour le Consommateur (SMC). Avec plus de 20.000 prises de contact – soit une augmentation de près de 37 % par rapport à 2024 – nous confirmons sans équivoque notre rôle d'instrument essentiel dans le cadre du règlement extrajudiciaire des litiges en Belgique. Cette croissance n'a pas de cause unique, mais elle illustre clairement que les consommateurs et les entreprises ont plus que jamais besoin d'un service de médiation accessible, fiable et efficace.

Au total, nous avons traité 20.501 contacts. Dans 7.902 cas, il s'agissait de demandes d'information, par écrit ou par téléphone. En tant que point de contact, nous avons transmis 2.893 dossiers aux instances de médiation compétentes. Pour 9.702 dossiers, nous avons tenté d'entamer une médiation : 3.008 d'entre eux se sont avérés irrecevables, tandis que nous avons pu mener à bien une médiation dans 6.694 dossiers. Ces chiffres montrent que le rôle du SMC ne cesse de croître non seulement en termes de volume, mais aussi en termes de complexité et d'ampleur.

La forte augmentation du nombre de contacts s'explique sans doute par plusieurs facteurs. La notoriété du Service de Médiation pour le Consommateur grandit d'année en année et notre visibilité dans la presse et les médias ne cesse de s'accroître. En 2025, nous avons en outre investi dans une présence numérique encore plus forte : un site web renouvelé, un positionnement visible sur les réseaux sociaux et le lancement du nouveau site Ombudsman.be ont permis d'améliorer l'accessibilité pour tous les citoyens.

Par ailleurs, nous ne devons pas sous-estimer l'impact de l'intelligence artificielle. Alors qu'auparavant, les consommateurs devaient souvent rechercher eux-mêmes le bon interlocuteur, une simple question posée à ChatGPT ou à des systèmes similaires les guide aujourd'hui vers notre service en quelques secondes. Cette évolution technologique offre des opportunités, mais s'accompagne également de nouveaux défis – des défis que nous aborderons plus en détail plus loin dans ce rapport annuel.

L'année 2025 a également été marquée par une étape importante : les dix ans du Service de Médiation pour le Consommateur. Au cours de cette décennie, nous avons bâti une base solide d'expertise, d'expérience et de confiance. Nous avons traduit ces connaissances en une série de recommandations et de règles empiriques que vous retrouverez dans ce rapport. Dix ans de SMC, c'est aussi dix ans de travail pour un paysage de la médiation plus solide, plus complet et plus cohérent en Belgique.

C'est pourquoi nous nous réjouissons que, fin 2025, des mesures décisives aient été prises en vue de la création de chambres de médiation spécialisées au sein du Service de Médiation pour le Consommateur. Les statistiques de ce rapport annuel confirment en effet une nouvelle fois que tous les grands secteurs économiques ont intérêt à disposer de leur propre service de médiation, doté de moyens suffisants. Nous nous réjouissons donc de contribuer à façonner cette professionnalisation accrue.



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



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

CHIFFRES CLÉS

20.501 CONTACTS EN 2025

58%
NL

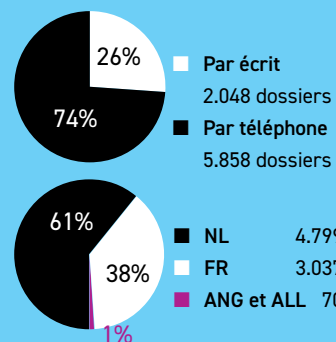
39%
FR

3%
ANG+ALL

7.906

DEMANDES D'INFORMATION :

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

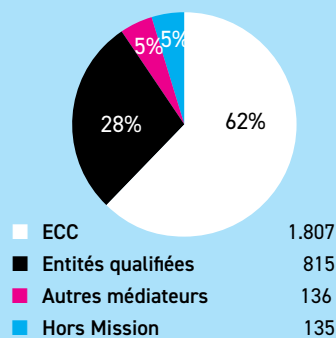


2.893

DOSSIERS TRANSFÉRÉS :

Dans la mesure du possible, nous renvoyons également les parties prenantes au litige vers le service compétent. Nous transmettons toujours la plainte, jamais le plaignant.

PLUS D'INFO

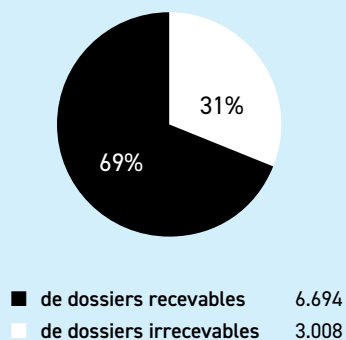


9.702

DOSSIERS RÉSIDUAIRES :

Le SMC s'occupe de la médiation des litiges de consommation pour lesquels il n'y a pas d'autres services compétents. Ces dossiers sont appelés dossiers résiduaire..

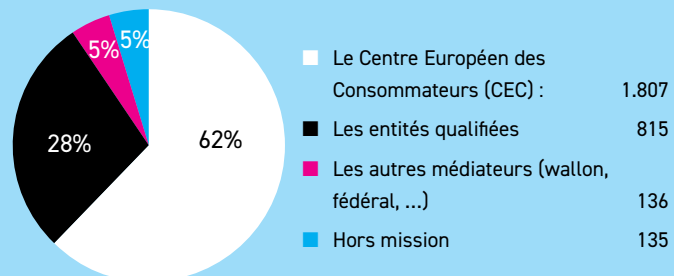
PLUS D'INFO



Service de Médiation
pour Le Consommateur

CHIFFRES CLÉS

2.893
DOSSIERS
TRANSFÉRÉS



815
DOSSIERS
POUR LES ENTITÉS
QUALIFIÉES



Les entités qualifiées

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

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

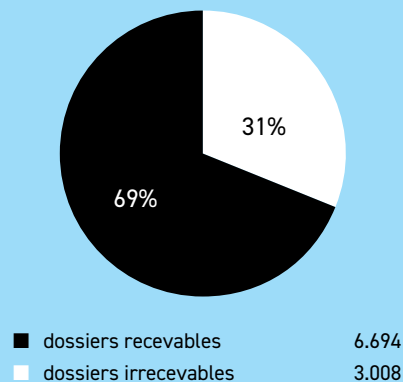


Service de Médiation
pour le Consommateur

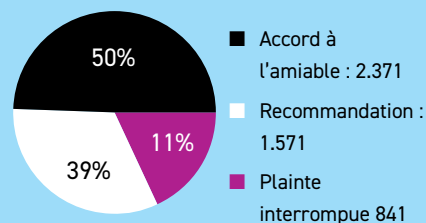
CHIFFRES CLÉS

9.702
DOSSIERS
RÉSIDUAIRES

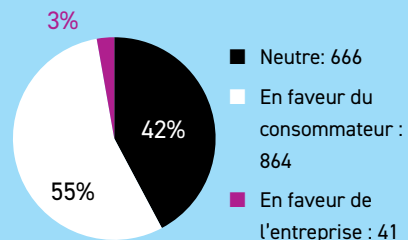
6.694
DOSSIERS
RECEVABLES



4.783
DOSSIERS
RÉSIDUAIRES
CLÔTURÉS

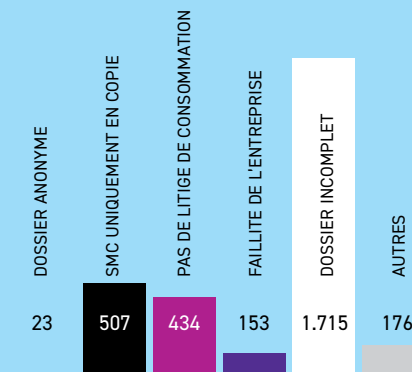


1.571
RECOMMANDATIONS



En 2025, le délai moyen de traitement d'un dossier par le SMC était de **57 jours**.

DOSSIERS IRRECEVABLES :



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

CHIFFRES CLÉS

TOP 10 SECTEURS

N°	SECTEUR	DOSSIERS
1	Entretien et réparation du logement	1.565
2	Meubles et décorations	555
3	Vêtements et chaussures	554
4	Auto-Moto-Velo	537
5	TIC (technologie de l'information et de la communication)	483
6	Gros électroménagers	
7	Compagnies aériennes	456
8	Produits électroniques (autres que les TIC)	237
9	Livres, journaux, magazines, articles de papeterie	210
10	Jeux de hasard et loteries	169

TOP 10 CATEGORIES

N°	CATÉGORIE	DOSSIERS
1	Produit non livré / Service non fourni	1.108
2	Produit ou service défectueux / Dommage subi	915
3	Inexécution des obligations liées à la garantie légale	691
4	Paiements (acomptes, paiements échelonnés, etc.)	507
5	Service après-vente/ service clientèle	362
6	Produit ou service non conforme à la commande	353
7	Facture ou note incorrecte	284
8	Résiliation du contrat	244
9	Difficulté d'accès aux voies de recours	239
10	Délai de rétractation / délai de réflexion	192

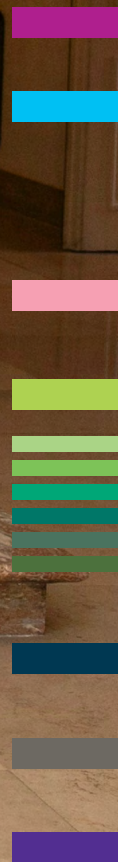


Service de Médiation
pour Le Consommateur



L'ÉQUIPE

Photo ©Kevin Oeyen



BUDGET 2025

Budget des recettes 2025

Pour l'année 2025, le budget des recettes était 1.280.758 € et était composé des éléments suivants :

■ Contributions des services de médiation sectoriels ¹	599.777 €
■ Contribution fédérale	426.397 €
■ Contributions des entreprises sans entité qualifiée	179.721 €
■ Contribution de l'UE	74.863 €

Budget des dépenses 2025

Le budget des dépenses 2025 s'élevait à € 1.054.684 et était réparti entre :

■ Les dépenses pour le personnel	783.147 €
■ Les dépenses pour le fonctionnement	205.060 €
■ Les dépenses en capital	66.477 €

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



EXEMPLES



- A. CHÈQUES-CADEAUX
- B. LE DROIT DE RÉTRACTATION
- C. AVIATION
- D. AUTOMOTO
- E. CONSTRUCTION
- F. JEUX DE HASARD

A. CHÈQUES-CADEAUX



29 | 10 | 2025

« Je possède plusieurs chèques-cadeaux d'un restaurant valables jusqu'au 20 février 2026. Ces chèques ont une valeur totale de 650 euros. Le restaurant refuse toutefois de les honorer. »



31 | 10 | 2025

Nous accusons réception de la demande et transmettons le dossier à l'entreprise.



17 | 11 | 2025

L'entreprise indique que le consommateur s'est présenté chez elle et y a oublié les chèques-cadeaux, sans toutefois les utiliser pour payer. Elle a donc restitué les chèques-cadeaux au consommateur de bonne foi. L'entreprise est disposée à rembourser la valeur des chèques-cadeaux, mais souhaite d'abord les recevoir.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

18 | 11 | 2025

Il semble y avoir plus d'un hic entre le consommateur et le restaurant. Le consommateur ne souhaite pas envoyer les bons avant d'avoir reçu la contre-valeur sur son compte. C'est pourquoi nous lui proposons d'envoyer les bons à notre service, après quoi le restaurant pourra effectuer le virement. Une fois que le consommateur aura reçu le paiement, le SMC pourra envoyer les bons à l'entreprise.



18 | 11 | 2025

Le consommateur accepte d'envoyer les chèques-cadeaux à notre service.



19 | 11 | 2025

L'entreprise donne son accord, mais souhaite déduire un bon.



25 | 11 | 2025

Le consommateur accepte cette condition et nous envoie les bons.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

25/11/2025 - 09/12/2025

Nous confirmons au restaurant que nous avons bien reçu les bons, après quoi il transfère le montant au consommateur. Lorsque le consommateur confirme à son tour le paiement, nous envoyons les bons au restaurant. Un dossier inhabituel, entièrement fondé sur la confiance, connaît ainsi une issue positive.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

B. LE DROIT DE RÉTRACTATION



23 | 07 | 2025

« Le 3 juillet, j'ai répondu à une annonce proposant l'installation d'une douche à l'italienne. Le jour même, j'ai reçu un appel pour fixer un rendez-vous. Le 4 juillet, l'entreprise est venue effectuer les relevés nécessaires et m'a proposé différentes options et tarifs. J'ai signé et versé un acompte de 1.000 euros. J'ai alors demandé si je pourrais récupérer mon acompte si je décidais de renoncer à l'achat, ce à quoi l'entreprise a répondu par l'affirmative. Le 5 juillet, j'ai fait savoir que j'avais changé d'avis. L'entreprise m'a alors répondu que cela n'était pas possible. »



Service de Médiation pour Le Consommateur

29 | 07 | 2025

Dès que nous avons reçu tous les documents nécessaires pour ce dossier, nous le transmettons à l'entreprise en lui demandant de nous faire part de sa position.



29 | 07 | 2025

L'entreprise indique qu'il s'agit d'une douche sur mesure, ce qui exclut le droit de rétractation du consommateur. Une indemnité de résiliation de 30 % a été proposée à titre de solution. Cela signifie que le consommateur devrait encore payer 1.770 euros pour résilier le contrat. Ce dernier n'aurait pas donné suite à cette proposition.



Service de Médiation pour Le Consommateur

06 | 08 | 2025

Nous informons le consommateur des règles relatives au droit de rétractation et précisons que le contrat ne peut être annulé car il s'agit d'un produit sur mesure. De même, une indemnité de rupture n'est pas illégale dans ce cas. Nous indiquons également que le Service de Médiation pour le Consommateur ne peut se prononcer sur des faits communiqués oralement, car nous n'étions pas présents et ne pouvons donc pas les vérifier.



11 | 08 | 2025

Le consommateur n'accepte pas les 30 % et indique ne pas être en mesure de les payer.



Service de Médiation pour Le Consommateur

20 | 08 | 2025

Nous demandons à l'entreprise si elle est disposée à renoncer au montant restant de l'indemnité de rupture (1.770 euros) et à ne considérer que l'acompte versé de 1.000 euros comme indemnité de rupture.



21 | 08 | 2025

L'entreprise fait savoir qu'elle accepte la proposition afin de pouvoir mettre un terme au litige.



28 | 08 | 2025

Le consommateur donne également son accord et le dossier est clos sur une note positive.

C. AVIATION



03 | 02 | 2025

« J'ai réservé un vol aller-retour Bruxelles-Mombasa en octobre 2024. À mon retour à Bruxelles, j'ai malheureusement constaté que mes bagages avaient été retardés ou perdus. Après de nombreuses démarches, on m'a informé que mes bagages avaient effectivement été perdus. L'indemnisation proposée par la compagnie aérienne ne couvre pas la perte que j'ai subie et c'est pourquoi je fais appel à votre service. »



Service de Médiation
pour Le Consommateur

05 | 02 | 2025

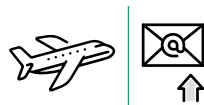
Après analyse des documents fournis, le dossier est déclaré complet et recevable. Un accusé de réception est envoyé au consommateur et le dossier est également transmis à la compagnie aérienne concernée afin d'obtenir sa position. Conformément à notre procédure, un délai de dix jours ouvrables est accordé pour répondre.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

19 | 02 | 2025

En l'absence de réponse dans le délai imparti, un rappel est envoyé à la compagnie aérienne afin qu'elle fasse connaître sa position.



25 | 02 | 2025

La compagnie aérienne indique que le bagage est considéré comme définitivement perdu et qu'une indemnisation a déjà été versée au consommateur. Le montant total versé s'élevait à 802,70 euros. Selon la compagnie, ce montant couvre la valeur du contenu du bagage, telle que justifiée par le consommateur. La compagnie rappelle également qu'elle applique la Convention de Montréal et respecte donc des plafonds stricts.



10 | 03 | 2025

Le consommateur n'est pas d'accord et estime que l'indemnisation reçue ne couvre pas le préjudice subi. Il confirme qu'il souhaite obtenir une indemnisation complémentaire.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

02 | 04 | 2025

Nous ne parvenons pas à trouver une solution entre les parties et formulons une recommandation. Étant donné que l'indemnisation ne peut raisonnablement dépasser le préjudice prouvé par le passager et les dispositions applicables de la Convention de Montréal, notre recommandation va dans ce sens. La compagnie aérienne a agi correctement.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

D. AUTOMOTO



08 | 01 | 2025

« Le 30 septembre 2024, j'ai acheté un véhicule d'une valeur de 63.000 euro et versé un acompte de 19.000 euro. Pour financer le montant restant, j'ai souscrit un crédit dont le taux annuel effectif global (TAEG) était de 0 %. Le montant total du crédit s'est toutefois avéré supérieur au solde qu'il me restait à payer. Selon le garage, il s'agissait de frais de dossier supplémentaires. J'estime que ces frais sont excessivement élevés et ne peuvent être compatibles avec un crédit présenté comme « sans intérêts ». C'est pourquoi je demande une intervention afin que ces frais soient remboursés. »



22 | 01 | 2025

Le garage indique qu'il s'agit peut-être d'un malentendu et que, dans la pratique, des frais sont toujours liés au financement d'un véhicule ou d'un autre produit. Dans ce cas précis, selon l'entreprise, ces frais auraient été communiqués au consommateur au préalable.

Le garage souligne qu'il ne s'agit pas d'une tromperie intentionnelle, mais plutôt d'un malentendu. Il propose d'entamer un dialogue avec le consommateur afin de trouver ensemble une solution.



Service de Médiation
pour Le Consommateur



26 | 02 | 2025

Après de nombreux échanges par mail, au cours desquels nous discutons notamment du dossier avec nos collègues experts d'Ombudsfm, nous convenons de réunir toutes les parties afin de résoudre ce litige.

Au cours de la réunion, le Service de Médiation pour le Consommateur rappelle les dispositions légales relatives au crédit à la consommation et les règles concernant l'information précontractuelle. Le garage propose deux options : soit la résiliation du contrat avec un remboursement intégral, soit un remboursement partiel de 60 % des frais de dossier facturés, permettant à la consommatrice de conserver le véhicule. La consommatrice souhaite conserver sa voiture et opte pour la deuxième option. Le garage s'engage également à modifier ses pratiques à l'avenir afin d'éviter que de tels problèmes ne se reproduisent.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

04 | 03 | 2025

Les accords conclus sont consignés par écrit et les deux parties en reçoivent une copie.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

E. CONSTRUCTION



02 | 05 | 2025

« En 2023, j'ai conclu un contrat avec une société de construction pour la construction de ma maison. Dès le début des travaux, l'entreprise a facturé des dizaines de milliers d'euros de frais supplémentaires. Pourtant, le métré avait été approuvé par moi-même, par l'entreprise et par un architecte indépendant. L'entreprise n'assure aucun suivi et ne coordonne pas les différents chantiers. De plus, l'entreprise souhaite apporter plusieurs modifications par rapport au contrat initial, mais je ne comprends pas ces modifications. Je souhaite que l'entreprise assure un suivi sérieux et qu'une solution soit trouvée conformément aux accords initiaux. »



Service de Médiation
pour Le Consommateur

08 | 05 | 2025

Nous transmettons le dossier à l'entreprise et lui demandons son avis.



20 | 05 | 2025

Dans un premier temps, l'entreprise ne comprend pas bien d'où vient cette plainte, mais souhaite clarifier un certain nombre de points. Elle demande donc s'il serait possible que le SMC organise une réunion dans ses locaux.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

17 | 06 | 2025

Les deux parties sont présentes dans nos bureaux à Bruxelles et ont l'occasion d'exposer leur point de vue et d'expliquer leurs préoccupations. La discussion est très constructive et axée sur des solutions concrètes et pragmatiques.

Malgré la brèche dans la confiance mutuelle, nous progressons. Les principaux accords conclus portent sur l'établissement d'un nouveau calendrier d'exécution des travaux, la fourniture d'explications techniques sur les modifications demandées par l'entreprise et la mise en place de garanties supplémentaires pour le consommateur (telles qu'une pénalité en cas de retard).

Finalement, le point le plus important est peut-être que les travaux peuvent reprendre.



Service de Médiation
pour Le Consommateur

F. JEUX DE HASARD



05 | 09 | 2025

« Mon compte de jeu en ligne a été suspendu de manière définitive sans explication claire. Malgré plusieurs tentatives pour contacter l'opérateur, je n'ai reçu aucune justification juridique de cette décision et je ne peux pas retirer le solde restant sur mon compte. La Commission des jeux de hasard m'a informé qu'elle n'était pas compétente pour intervenir et m'a conseillé de vous contacter.»



18 | 09 | 2025

Nous étudions attentivement le dossier et demandons à l'entreprise de nous faire part de son point de vue.



04 | 10 | 2025

Nous ne recevons aucune réponse de l'entreprise, même après lui avoir envoyé un rappel.



06 | 12 | 2025

L'entreprise ne coopère pas, ce qui rend difficile la recherche d'une solution au litige.

Nous clôturons le dossier par une recommandation non contraignante en faveur du consommateur. Dans cette recommandation, nous rappelons à l'entreprise l'importance de la transparence et d'une justification claire de la décision de suspendre définitivement le compte du consommateur. Une telle mesure, qui prive le consommateur de l'accès à son compte et l'empêche de disposer de son propre solde, peut entraîner des conséquences et nécessite donc une motivation solide.

L'entreprise est tenue d'informer le consommateur du fondement juridique et des dispositions contractuelles sur lesquels repose la décision de

suspension du compte. Nous estimons qu'il ne suffit pas de simplement communiquer la décision de suspension sans justification claire.

Le Service de Médiation pour le Consommateur conseille à l'entreprise de fournir une explication claire et compréhensible justifiant la suspension définitive du compte. En outre, nous estimons que le consommateur a droit au solde restant sur son compte, à moins que l'entreprise ne puisse encore justifier la retenue de ce solde.

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

1. Les entreprises doivent être joignables par leurs clients ainsi que par les ombudsmans

Afin de permettre au consommateur d'introduire directement une plainte auprès de l'entreprise ou de demander de l'information relative à l'exécution d'un contrat déjà conclu, l'entreprise fournit, en complément aux informations visées à l'article III.74, et pour autant qu'un service de plaintes existe, le numéro de téléphone, de Fax et l'adresse électronique de celui-ci.

Nous n'inventons pas. C'est la loi. Plus précisément, le deuxième article du livre XVI du Code de droit économique. Cela signifie en substance que l'entreprise doit être joignable par ses clients. Et ce n'est pas tout.

L'entreprise répond aux plaintes visées à l'article XVI.2, dans les plus brefs délais et fait preuve de diligence pour trouver une solution satisfaisante.

Mettre tout en œuvre pour trouver une solution satisfaisante. C'est, du moins pour un article de loi, très lisible, compréhensible et clair.

Lorsqu'un litige de consommation ne trouve pas de solution en application de l'article XVI.3, dans un délai raisonnable, l'entreprise fournit, de sa propre initiative, au consommateur les informations visées aux paragraphes 1er et 2 et y indique si elle est obligée à ou prête à recourir

à un règlement extrajudiciaire du litige de consommation en indiquant les coordonnées de l'entité compétente. Il est également communiqué si cette entité est une entité qualifiée. Lorsque l'entité n'est pas qualifiée, les coordonnées du Service de Médiation pour le Consommateur visé à l'article XVI.5 sont communiquées.

Lorsque l'entreprise a tout mis en œuvre pour trouver une solution satisfaisante, mais que cela n'a malheureusement pas abouti, elle doit transmettre les coordonnées du service (de médiation) ou de l'entité qualifiée à laquelle le consommateur peut s'adresser en vue d'un règlement extrajudiciaire du litige de consommation. Cela signifie qu'il convient au minimum de transmettre les coordonnées du Service de Médiation pour le Consommateur, afin que nous puissions informer correctement le consommateur sur le règlement extrajudiciaire des litiges.

Nous tenons à rappeler les trois étapes suivantes :

- a. Toute entreprise doit être joignable.
- b. Les entreprises doivent tout mettre en œuvre pour trouver une solution satisfaisante à un litige.
- c. Si aucune solution n'est trouvée, l'entreprise doit communiquer les coordonnées du service (de médiation) auquel le consommateur peut s'adresser pour obtenir de l'aide.

La simplicité n'est certainement pas un problème. Et pourtant, selon le Service de Médiation pour le Consommateur, ce sont ces trois articles qui sont le plus

1. Les entreprises doivent être joignables par leurs clients ainsi que par les ombudsmans

2. Parler à des personnes ou parler à des robots ?

3. Chaque secteur mérite une expertise

4. Du problème à la solution : 10 conseils pour les entreprises et les consommateurs



Service de Médiation
pour Le Consommateur

souvent enfreints. Trop souvent, les consommateurs nous rapportent qu'ils n'ont pas réussi à joindre l'entreprise, qu'ils se sont retrouvés face à des chatbots incompréhensibles, qu'ils ont été renvoyés à maintes reprises vers des réponses toutes faites, qu'ils ont écouté de la musique d'attente pendant de longues minutes ou qu'ils ont été découragés par les menus téléphoniques interminables. Les entreprises sont rarement facilement joignables et, de plus en plus souvent, un robot prend le relais. Pour les consommateurs qui ont une question ou un problème, cela produit l'effet inverse. Un petit désagrément se transforme ainsi en une grande frustration.

Pour le Service de Médiation pour le Consommateur aussi, il n'est souvent pas facile d'entrer en contact avec l'entreprise. Nous sommes parfois redirigés vers un chatbot ou vers une adresse électronique générique qui ne donne jamais lieu à une réponse humaine. Et bien sûr, cela est également frustrant pour nous.

Le règlement des litiges par la conciliation ou la médiation présente d'énormes avantages. Le problème à l'origine du litige est résolu, cela ne fait aucun doute. Mais la confiance entre les parties est également rétablie, ce qui permet de nouer une relation renouvelée et durable. Le règlement extrajudiciaire des litiges peut être rapide et efficace, et ce, à un coût très faible. L'alternative est soit une relation détériorée et un conflit permanent, soit une procédure judiciaire coûteuse et incertaine.

Aux entreprises : soyez joignables et coopérez. Vous en récolterez vous-mêmes les fruits.

2. Parler à des personnes ou parler à des robots ?

Le travail d'un service de médiation est, par définition, humain. Nous discutons, écrivons, envoyons des mails, téléphonons et chattons avec les parties. Pour résoudre les litiges, nous nous appuyons en premier lieu sur la loi, mais nous faisons tout autant appel au bon sens et à l'équité. Nous mettons tout en œuvre pour engager un dialogue constructif et discuter.

Nous constatons de plus en plus souvent que les deux parties sont des expertes dans le domaine concerné par leur litige, qu'elles se réfèrent fréquemment à la législation, à la jurisprudence et à la doctrine, et qu'elles estiment détenir la vérité. Des réponses de plusieurs pages apparaissent parfois dans notre boîte mail après seulement quelques minutes.

Lorsque les parties font appel à l'intelligence artificielle, le langage utilisé semble non seulement formel et professionnel, mais aussi souvent incisif et autoritaire. Cela ne favorise pas un règlement humain et à l'amiable du litige. Souvent, l'IA tire des conclusions erronées, néglige les nuances ou utilise une législation erronée ou obsolète. Mais surtout, l'IA tient peu compte de principes tels que la raisonnable et l'équité. Et, fort de ces réponses générées par l'IA, le positionnement des parties au litige se durcit. De cette manière, l'IA n'aide pas, mais est au contraire contre-productive.

Aux consommateurs : faites preuve de compréhension et de patience. Nous essayons de vous aider du mieux possible. L'utilisation de l'IA n'est pas interdite, mais elle suscite souvent de fausses attentes.

« Pour résoudre les litiges, nous nous appuyons en premier lieu sur la loi, mais nous faisons tout autant appel au bon sens et à l'équité. »



Service de Médiation
pour Le Consommateur

3. Chaque secteur mérite une expertise

La Belgique dispose du meilleur système de règlement extrajudiciaire des litiges d'Europe. Nous l'affirmons sans aucune exagération. Notre système est unique et, en théorie, quasi parfait. Il repose sur une approche sectorielle du règlement extrajudiciaire des litiges, avec un service (d'ombudsman) spécifique pour chaque grand secteur économique.

Cette approche présente plusieurs avantages. Tout d'abord, il s'agit d'une approche très transparente et claire. Tant les consommateurs que les entreprises savent où s'adresser et où trouver de l'aide. Cela signifie également qu'il n'y a pas de concurrence entre les différents services (de médiation) au sein d'un même secteur. La concurrence peut être bénéfique et stimulante, mais dans le domaine du règlement extrajudiciaire des litiges, elle peut favoriser la partialité. Enfin, une entité sectorielle dispose également de l'expertise nécessaire pour évaluer correctement les dossiers. Une expertise parfois indispensable pour comprendre les dossiers techniques et rechercher une solution avec les deux parties.

Si aucune entité distincte n'a été créée dans un secteur économique, les parties peuvent toujours s'adresser à l'entité résiduelle, le Service de Médiation pour le Consommateur. On garantit ainsi en Belgique que tout litige de consommation puisse être traité par une voie extrajudiciaire. Le Service de Médiation pour le Consommateur fait en quelque sorte office de filet de sécurité pour ces dossiers pour lesquels il n'existe pas d'entité sectorielle.

Il existe en interne une grande connaissance générale du droit de la consommation, mais il va sans dire qu'il ne peut pas disposer de la même expertise dans tous les domaines pour lesquels il reçoit des litiges. De l'électronique et des jeux de hasard aux services de réparation et aux parcs d'attractions, en passant par les centres de remise en forme et les voyages en avion, l'éventail des sujets et des thèmes est extrêmement large. Les services sectoriels peuvent se spécialiser, ce qu'un service résiduel peut beaucoup moins faire, ou du moins pas dans la même mesure qu'un service de médiation sectoriel.

Le Service de Médiation pour le Consommateur se réjouit donc des initiatives législatives prises en vue de la création de chambres sectorielles au sein de son organisation, en premier lieu avec la création d'une chambre de médiation pour le secteur de la construction. La création de chambres sectorielles allégera la charge pesant sur l'entité résiduelle et améliorera le traitement des dossiers souvent techniques. Tous les grands secteurs économiques méritent un ombudsman à part entière. Cette chambre de médiation constitue un premier (grand) pas dans la bonne direction.

Les consommateurs comme les entreprises pourront profiter de ces connaissances et de cette expertise !

« Tous les grands secteurs économiques méritent un ombudsman à part entière. Cette chambre de médiation constitue un premier (grand) pas dans la bonne direction. »



Service de Médiation
pour Le Consommateur

4. Du problème à la solution : 10 conseils pour les entreprises et les consommateurs

À l'occasion de son dixième anniversaire, le Service de Médiation pour le Consommateur a publié dix règles d'or susceptibles d'apporter une réponse aux problèmes (de communication) les plus courants que nous avons pu identifier. Dix ans d'expérience nous ont en effet appris que ce n'est pas seulement le problème lui-même, mais aussi la communication qui est importante pour parvenir à une solution. Nous voyons comment des différends apparemment mineurs se transforment en question de principe insolubles. Ou comment des problèmes complexes finissent par être résolus grâce à une bonne discussion. Il existe toutes sortes de raisons pour lesquelles les choses peuvent mal tourner entre un consommateur et une entreprise.

10 conseils aux consommateurs

1. Cherchez une solution, pas une victoire. Dans une discussion, beaucoup de messages et d'arguments sont échangés et chaque étape compte dans le processus. Si vous n'y prêtez pas attention, vous vous retrouverez rapidement dans une véritable impasse. En effet, plus le désaccord dure, plus la négociation risque de devenir impérieuse et difficile. L'autre partie devient rapidement « l'ennemi ». Or, l'objectif devrait être de trouver une solution mutuellement acceptable, et non de montrer à quel point l'autre a tort ou est de mauvaise foi. Dans tout contrat, les parties doivent se comporter de bonne

foi - en d'autres termes, elles doivent collaborer de manière constructive, équitable et raisonnable pour mettre en œuvre le contrat.

2. Mieux vaut prévenir que guérir. Des informations et des accords clairs peuvent prévenir de nombreux conflits. Vous pouvez effectuer des recherches sur l'entreprise en question. Vous pouvez vérifier sa réputation et consulter son site web ainsi que ses conditions générales. Il est important de noter qu'une entreprise est légalement tenue de communiquer, de manière claire et compréhensible, les informations essentielles avant la conclusion d'un contrat. N'hésitez pas à faire part de ce qui est important pour vous et posez des questions si nécessaire. En effet, dès que vous vous mettez d'accord ou que vous signez le contrat, alors celui-ci est considéré comme parfait. Il est donc nécessaire de respecter ce qui est convenu. Il est préférable de conserver ou de numériser les documents importants.

3. Informez-vous. La législation sur les contrats et le droit de la consommation peut être complexe et change régulièrement. Avant d'agir, il est souhaitable d'effectuer des recherches ou d'interroger les autorités compétentes sur les questions qui vous préoccupent. Cependant, ne croyez pas tout ce que vous lisez en ligne. Il est conseillé de faire des recherches via des sources fiables. Réfléchissez également à la manière dont vous allez gérer la situation, à ce que vous voulez demander et de quelle manière.

4. Faites la part des choses entre les faits et les émotions. Un litige suscite des émotions. Même s'il s'agit d'une relation commerciale, nous laissons les émotions

10 conseils aux consommateurs

10 conseils aux entreprises



Service de Médiation
pour Le Consommateur

prendre le dessus. Il est recommandé de limiter la communication aux faits et à vos attentes. Après tout, une discussion émotionnelle rend la recherche d'une solution plus difficile. Par conséquent, ne répondez pas immédiatement aux messages, mais prenez le temps de rédiger une réponse réfléchie. Il est préférable de convenir que les deux parties resteront professionnelles.

- 5. Faites une proposition claire et raisonnable.** La clarté est importante. Vous devez veiller à ce que votre message soit compréhensible pour la personne qui le reçoit afin qu'elle connaisse le problème et vos attentes. Il est préconisé de rester précis et honnête sur les faits. Pour trouver une solution, vous ne devez pas nécessairement mettre la balle dans le camp de l'entreprise ; vous pouvez faire votre propre proposition. Vous pouvez également proposer différentes options. En conséquence, il est opportun de ne pas formuler une proposition déraisonnable telle que la réclamation d'un montant trop élevé. En effet, tous les problèmes ne donnent pas lieu à des dommages et intérêts. Demandez-vous s'il s'agit d'une proposition acceptable pour l'entreprise.
- 6. La courtoisie permet d'obtenir davantage.** L'incivilité rend la solution impossible. Si des commentaires déplacés ou des accusations s'immiscent dans une conversation, la recherche de solution amiable se complexifie. Par conséquent, évitez les accusations inutiles et toute autre forme de communication violente. Pour se défendre, il est nécessaire de faire preuve de clarté, de franchise, et de respect mutuel. Tant que vous interagissez de manière courtoise, beaucoup de choses peuvent être discutées et résolues.

- 7. La patience est une vertu (oubliée).** La société connaît une communication toujours plus rapide et plus facile. Cependant, notre patience semble se raréfier. Les entreprises reçoivent de nombreux messages chaque jour et ne peuvent pas toujours y répondre immédiatement. Il est important de laisser du temps à l'entreprise pour répondre. Vous devez aussi prendre le temps de réfléchir avant de répondre. Effectivement, répondre dans la hâte augmente le risque d'une réponse incomplète ou impulsive. La nuit porte conseil.
- 8. Soyez flexible.** Dans le cadre d'un litige, nous restons souvent bloqués sur notre propre point de vue. Pourtant, pour parvenir à une solution, toutes les options doivent être envisagées. L'acceptation d'une contre-proposition raisonnable de l'entreprise peut être prise en compte. Il n'est pas exclu de trouver une solution créative ensemble. Parfois, un litige peut déboucher sur une solution offrant aux parties une issue plus favorable qu'attendue et une plus grande satisfaction. Dans tous les cas, une entreprise doit avoir la possibilité de proposer une solution et un contrat ne doit pas être remis en cause à chaque erreur.
- 9. Accorder le bénéfice du doute.** Un litige peut nous faire penser qu'une entreprise est de mauvaise volonté, voire qu'elle a des intentions malhonnêtes. Mais les raisons d'un litige de consommation sont multiples ; il ne s'agit pas toujours d'escroquerie ou de fraude. Ne vous laissez pas bousculer par les pires soupçons, concentrez-vous sur la recherche d'une solution par la concertation. Si vous avez des indications ou des preuves sérieuses qu'une entreprise est malhonnête, contactez les autorités compétentes pour la signaler.

« Les raisons d'un litige de consommation sont multiples ; il ne s'agit pas toujours d'escroquerie ou de fraude. Ne vous laissez pas bousculer par les pires soupçons, concentrez-vous sur la recherche d'une solution par la concertation. »



Service de Médiation
pour Le Consommateur

10. Les avis en ligne n'apportent pas de solutions. Ceux-ci sont devenus incontournables. De nombreuses entreprises les surveillent de près et les prennent très au sérieux. Il est nécessaire d'être prudent lorsque vous publiez des critiques négatives si vous souhaitez trouver ensemble une solution amiable à un litige. Un avis peut apporter une valeur ajoutée à une entreprise et à d'autres consommateurs. Il convient donc de donner un compte rendu précis des faits et de votre expérience, sans négativité inutile telle que des spéculations ou des accusations. Les éléments positifs peuvent également être mentionnés.

10 conseils aux entreprises

- 1. Un bon service client fait la différence !** Une relation sereine avec le client est synonyme d'un service qualitatif. En cas de litige, si la situation est suivie rapidement et correctement, une solution amiable peut toujours être envisagée. En effet, dans une relation contractuelle, les parties doivent faire preuve de bonne foi, c'est-à-dire qu'elles doivent collaborer de manière constructive, équitable et raisonnable. Un litige qui perdure devient de plus en plus difficile à résoudre. Lorsque vous prenez au sérieux les réclamations et les demandes d'information, vos clients se sentent considérés et écoutés. Même s'il s'agit d'un problème difficile à résoudre, un client raisonnable appréciera une bonne communication et de la clarté.
- 2. Les réclamations sont à la fois une réalité et une opportunité.** Même la meilleure entreprise peut commettre des erreurs. Même dans les meilleures relations

commerciales, des différends peuvent survenir. Les modes de communications actuels et les exigences des consommateurs rendent les réclamations inévitables au sein des entreprises. Une plainte est parfois révélatrice d'un problème qui peut être résolu la plupart du temps. Le traitement adéquat de celles-ci peuvent permettre l'amélioration du produit ou du service proposé par votre entreprise.

- 3. Mieux vaut prévenir que guérir.** Fournir des informations claires et complètes peut prévenir de nombreux conflits. En effet, le droit de la consommation prévoit que les consommateurs doivent être informés, avant la conclusion du contrat, de manière adéquate sur les aspects essentiels de celui-ci. Par exemple, un contrat avec des conditions générales transparentes est important. Par ailleurs, les informations précontractuelles doivent être facilement accessibles pour le consommateur. Les problématiques récurrentes peuvent être communiquées au consommateur de manière à anticiper un éventuel désaccord (par exemple, sous la forme d'une Foire Aux Questions). Il est important d'être transparent avec vos clients au sujet des incertitudes, retards ou risques sur le produit ou service vendu.
- 4. Des canaux de communication fluides permettent d'éviter les frustrations.** Lorsqu'un client a une plainte à formuler, il est important de faciliter la communication. Dans le cas contraire, les risques de frustration s'accroissent et les problèmes peuvent se multiplier. Il est nécessaire de pouvoir vous contacter par courrier électronique et/ou par téléphone ; ce sont des méthodes appropriées et abordables. S'il existe

« Lorsqu'un client a une plainte à formuler, il est important de faciliter la communication. Dans le cas contraire, les risques de frustration s'accroissent et les problèmes peuvent se multiplier. »



Service de Médiation
pour Le Consommateur

des délais d'attente, il est préférable de le faire savoir immédiatement. Votre client saura ainsi qu'il doit faire preuve de patience.

- 5. Faire preuve de responsabilité.** Toutes les entreprises doivent faire preuve de diligence et de professionnalisme. En cas de litige, il est souvent difficile de maintenir une relation apaisée. En faisant preuve de responsabilité et de dévouement, vous montrez de la bonne foi et la volonté de trouver une solution.
- 6. Faites une proposition claire et raisonnable.** La clarté est importante afin que votre message soit compréhensible pour ceux qui le reçoivent. Pour trouver une solution, il est conseillé d'adopter une attitude proactive en proposant une solution équitable. Vous pouvez également suggérer différentes options à votre client. Cependant, il est important de toujours respecter les obligations légales.
- 7. La courtoisie permet d'obtenir davantage.** La courtoisie rend la recherche de solutions plus difficile et un tel comportement pourrait faire fuir les clients. Par conséquent, les remarques, les accusations déplacées ou la communication brutale sont à éviter. La clarté, la franchise ainsi que le respect mutuel sont des éléments essentiels pour la recherche de solution amiable. Tant que vous interagissez de manière polie, beaucoup de choses peuvent être discutées et résolues.
- 8. Personnalisez la communication.** Chaque solution doit être en adéquation avec le contexte du litige. La compréhension de la demande de votre client est essentielle ; il est mieux d'éviter les messages

standards qui ne répondent pas aux questions ou aux plaintes spécifiques du client. Dès lors, fournissez des explications adéquates à la demande du client. Aussi, pour les discussions plus complexes, il est préférable de favoriser un échange verbal plutôt que par écrit. En effet, une longue conversation par courrier électronique par exemple, peut créer rapidement une frustration supplémentaire.

- 9. L'honnêteté et la rapidité évitent le pessimisme.** Le manque d'information ou des informations peu transparentes peuvent amener votre client à soupçonner le pire. Un message resté sans réponse peut provoquer une réaction de panique. Les gens craignent alors qu'il n'existe pas de solution ou qu'il s'agisse d'une escroquerie. Une communication opportune et l'honnêteté au sujet des problèmes rencontrés permettent de clarifier la situation pour tout le monde et d'éviter qu'elle ne s'aggrave.
- 10. Faites preuve de flexibilité.** Parfois, les parties restent sur leurs positions sans tenir compte du point de vue de l'autre partie. Or, pour parvenir à une solution, l'écoute, la compréhension et l'empathie sont des aptitudes appréciables. De plus, toutes les options de solution doivent être envisagées. C'est pourquoi, vous devez toujours considérer une contre-proposition raisonnable ou vous pouvez chercher une solution créative ensemble. Parfois, un différend peut déboucher sur une issue qui offre aux deux parties une plus grande satisfaction.

« Éviter les messages standards qui ne répondent pas aux questions ou aux plaintes spécifiques du client. Dès lors, fournissez des explications adéquates à la demande du client. Pour les discussions plus complexes, il est préférable de favoriser un échange verbal plutôt que par écrit. »



Service de Médiation
pour Le Consommateur

DES OMBUDSMANS FORTS !

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

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

Le Service de Médiation pour le Consommateur s'efforce d'être présent dans le débat public, ce qui lui permet de gagner en visibilité et en crédibilité. Nous sommes ainsi régulièrement cités dans la presse et organisons nous-mêmes des séances d'information. En 2025, il s'agissait notamment d'une rencontre avec les députés fédéraux, d'un webinar sur le travail de la médiation dans le cadre du mois de la médiation, de deux séances d'information pour la ville de Gand, de rencontres sectorielles, etc. Pour couronner le tout, le SMC a également fêté ses dix ans en 2025. [Un bref compte rendu](#) des festivités est disponible sur notre site web.

Le Service de Médiation pour le Consommateur se concerta également régulièrement avec ses homologues nationaux et européens. Au niveau national, par exemple, une concertation trimestrielle a lieu entre le Service de Médiation pour le Consommateur et les services compétents du SPF Économie. Au niveau européen, nous sommes membres de **TRAVEL NET**, le réseau des entités ADR du secteur du voyage, et nous nous concertons également de manière régulière avec les autres entités ADR d'Allemagne, d'Autriche et du Grand-Duché de Luxembourg. En Belgique, le SMC est membre d'**Ombudsman.be**, le réseau belge des ombudsmans.

Le SMC a fêté ses dix ans en 2025. Un bref compte rendu des festivités est disponible sur notre [site web](#).



Service de Médiation
pour Le Consommateur

LIENS

VERS LES AUTRES ENTITÉS QUALIFIÉES :

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

VERS [OMBUDSMAN.BE](#)

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



Service de Médiation
pour Le Consommateur

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

Téléphone : 02/702.52.20
(Chaque jour ouvrable entre 09:00 et 12:00)

www.mediationconsommateur.be



Service de Médiation
pour Le Consommateur