



Federale Bemiddelingscommissie
Commission fédérale de médiation
Föderale Kommission für Mediation

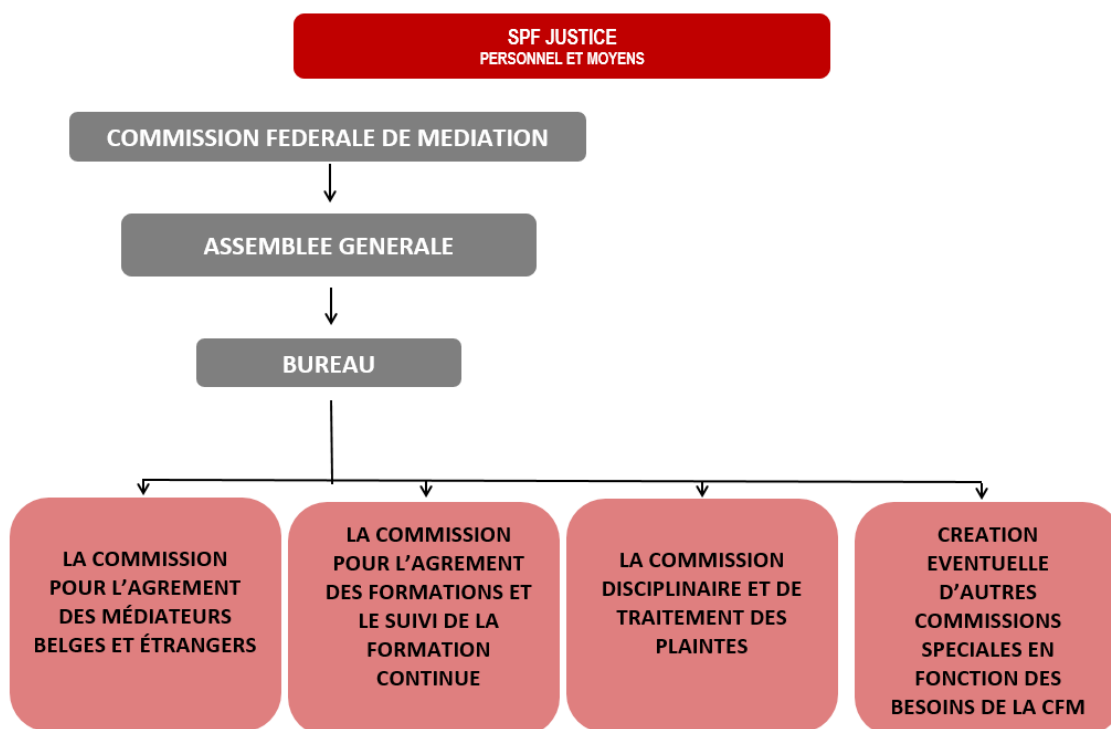
PLAN D'ACTION

LA COMMISSION FEDERALE DE MEDIATION
FOD JUSTITIE / SPF JUSTICE

INTRODUCTION

Une bouffée d'air frais souffle sur la Commission fédérale de médiation. Depuis le début de cette année, la CFB a réparti ses tâches entre trois nouvelles commissions, à savoir la commission la commission pour l'agrément des médiateurs belges et étrangers, la commission pour l'agrément des formations et le suivi de la formation continue, et enfin la commission disciplinaire et de traitement des plaintes (art. 1727/3 C.J.). La CFM a aussi la possibilité de créer des des commissions spéciales sur la base d'une analyse des besoins actuels de la société (art. 1727/1 C.J.).

Theo De Beir a été élu président du CFM le 15 janvier 2020. En collaboration avec le Bureau, M. De Beir supervisera les tâches des différents comités (art. 1727/2 §4 C.J.). Le nouveau président n'est pas seulement un homme de paroles, mais aussi d'actes, et il l'a prouvé en rendant le Bureau, les nouvelles commissions et le secrétariat enthousiastes pour l'élaboration d'un plan d'action soutenu. Le plan d'action 2020-2021 est, comme le décrit notre président lui-même, *ambitieux mais réaliste, utile et agréable*, mais a été réalisé principalement grâce aux efforts de toute l'équipe de la CFM.



I. DESCRIPTION DE LA MISSION DE LA CFM

La Commission fédérale de médiation est le centre de coordination, le seul organe officiel de la mise en œuvre et de la promotion de la médiation en Belgique (art. 1727 C.J.). Il a l'ambition d'être le principal point de contact des médiateurs, des personnes en situation de conflit et des référents nationaux et étrangers. Il se veut un le coordinateur, le moteur de la promotion et de la diffusion de la médiation dans le pays et au-delà des frontières.

Afin d'apporter une solution complète à un conflit, nos médiateurs agréés aident les particuliers et les entreprises, en toute connaissance de cause, à parvenir à un accord équitable et durable qui réponde aux besoins et aux intérêts de tous.

La CFM est seule responsable de la reconnaissance des formations, de la formation continue et de la reconnaissance des médiateurs, visant des standards de qualité élevée. Elle s'assure que les médiateurs agissent dans le respect de leur éthique et dans un esprit de droiture, d'intégrité et de transparence.

La Commission fédérale de médiation vise à diffuser la médiation dans tous les secteurs et domaines de la vie sociale et économique, en concertation avec tous les partenaires et parties prenantes de ces secteurs et domaines. Pour cette raison, la Commission fédérale de médiation exerce la plus grande diversité de métiers et de compétences parmi le groupe des médiateurs reconnus, de sorte qu'un médiateur expert peut être désigné pour tout type de conflit.

2. SEPT DOMAINES, CHACUN AYANT SES PROPRES OBJECTIFS STRATEGIQUES ET OPERATIONNELS

Le plan d'action identifie sept domaines, chacun ayant ses propres objectifs stratégiques et opérationnels:

- Communication & Marketing
- Politique financière
- Prises de décision et rapports
- ICT
- Gestion des connaissances
- Formation & enseignement
- Partenaires

Chaque domaine est élaboré théoriquement et pratiquement par un groupe de travail au sein de la CFM. Ces groupes de travail sont composés de membres du Bureau complétés par des membres de l'Assemblée générale ainsi que des membres externes. Le plan d'action guidera la coopération entre la CFM, les Cellules stratégiques du Ministre de la Justice, l'administration du SPF Justice, la communication interne entre ses propres membres ainsi que la communication externe à la presse et aux médias.

2.1. DOMAINE – COMMUNICATION & MARKETING

L'une des premières tâches que s'est fixée l'actuelle Commission fédérale de médiation a été d'élaborer et de communiquer de manière transparente sa mission et la politique concrète qui y est liée. Cette mission découle, entre autres, des nouveaux pouvoirs juridiques attribués à la CFM.

La Commission fédérale de médiation a l'ardente ambition de réaliser la mission décrite ci-dessus. La CFM vise à diffuser la médiation dans tous les secteurs et domaines de la vie sociale et économique, en consultation avec tous les partenaires et acteurs de ces secteurs et domaines. En outre, la CFM doit se voir accorder une position claire et visible au sein du SPF Justice et du monde judiciaire. La médiation, en tant que mode alternatif de règlement des litiges, doit occuper une place à part entière aux côtés du règlement des litiges par les cours et tribunaux.

La nécessité d'un renouvellement en profondeur de la communication et du marketing est inhérente à cette mission. Une campagne de publicité bien réfléchie et ciblée sera élaborée. Une première étape de cette campagne publicitaire a été lancée à l'occasion de la Semaine de la médiation 2020, dont la journée centrale était entièrement virtuelle.

Dans tous ses financements, la CFM veut s'intégrer dans la vague de la communication moderne. Notre organisation doit être visible en ligne lorsque toute partie intéressée recherche activement non seulement des informations sur la médiation en général, mais aussi des sources de connaissances pour les procédures de reconnaissance, la formation et l'éducation.

Le groupe de travail essaie de superviser le large spectre avec un point de vue à 360 ° et veut créer des liens entre les différents comités, groupes de travail et autres organes de la CFM. Il constitue également le pont entre les sept groupes de travail qui élaborent et mettent en œuvre le plan d'action de la CFM. Le groupe de travail communiquera les résultats, les réussites et les projets des autres groupes de travail à ses propres membres (en interne) ainsi qu'au monde extérieur (en externe).

Dans les mois à venir, elle travaillera intensivement sur deux objectifs qui sont en phase l'un avec l'autre. Il procédera à une analyse approfondie des groupes cibles que la CFM souhaite atteindre, en distinguant la communication destinée aux intermédiaires reconnus, d'une part, et le grand public, les parties prenantes et les partenaires, d'autre part.

2.1.1. OBJECTIF STRATEGIQUE: MEDIATISATION, PUBLICITE & MEDIAS SOCIAUX @INFORMATION DES MEDIATEURS

Le groupe de travail effectuera une analyse approfondie des médiateurs du groupe cible, dans laquelle ce groupe cible pourra être divisé en différents profils. Cette analyse constitue la base des prochaines étapes qui seront prises dans le domaine de la communication et du marketing. Cette recherche devrait déboucher sur un plan de communication concret dans lequel il sera précisé quels sont les canaux de communication les plus appropriés pour atteindre au mieux les différents profils de médiateurs.

Le site web est un premier outil de communication pour informer et atteindre les médiateurs. C'est pourquoi le groupe de travail s'efforcera de développer à court terme un site web moderne, fonctionnel, attrayant et clair. En outre, la page LinkedIn sera mise à jour d'urgence et présentée sous une nouvelle forme. En attendant la refonte de ces deux outils de communication, la "newsletter" est utilisée comme un outil pour informer régulièrement et impliquer activement les médiateurs reconnus.

Chaque mois, des sujets intéressants sont examinés et les questions et préoccupations actuelles sont abordées.

Si l'étude montre que les médiateurs reconnus recherchent aussi activement des informations sur les plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Instagram et Twitter, celles-ci seront intégrées à moyen terme. L'intégration de ces médias créera des canaux de communication supplémentaires par lesquels la CFM pourra interagir avec les médiateurs reconnus. De cette manière, nous donnons systématiquement à la CFM une place dans la société moderne et contemporaine.

2.1.2. OBJECTIF STRATEGIQUE: MEDIATISATION, PUBLICITE & MEDIAS SOCIAUX @ INFORMATION PUBLIC, STAKEHOLDERS / PARTENAIRES

Le groupe de travail procédera également à une analyse approfondie de l'identité du grand public, des parties prenantes et des partenaires potentiels de la CFM. Pour cette analyse, elle travaillera en collaboration avec le groupe de travail " Partenaires ". Pour chaque groupe cible, un plan de communication sera élaboré, dans lequel il apparaîtra clairement quel est le canal le plus approprié pour atteindre efficacement les différents groupes cibles.

Le site web et la page LinkedIn sont pour les différents groupes cibles les outils de communication les plus importants pour les atteindre d'une part et pour les informer suffisamment d'autre part. Si la recherche sur ces groupes cibles montrait également qu'ils recherchent activement des informations concernant la médiation sur les plateformes de médias sociaux comme Facebook, Instagram et Twitter, ceux-ci seront également intégrés à moyen terme. L'intégration de ces médias créera à nouveau des canaux de communication par lesquels la CFM pourra interagir avec le grand public, les parties prenantes et les partenaires. Par conséquent, la CFM deviendra progressivement plus visible dans notre société.

Dans la continuité de la "newsletter" destinée aux intermédiaires agréés, un format similaire est également envisagé afin d'informer nos partenaires et parties prenantes à des moments précis.

2.2. DOMAINE – POLITIQUE FINANCIÈRE

Le ministre de la Justice met à disposition de la Commission Fédérale de Médiation le personnel et les moyens nécessaires à son fonctionnement (art. 1727 §3 du C.J.). Dès lors, les budgets doivent être établis, demandés et accordés chaque année. L'importance d'une bonne gestion budgétaire est très élevée. Cela exige une connaissance particulière de notre personnel administratif et constitue souvent un exercice difficile pour ceux qui ne connaissent pas l'administration publique.

Le groupe de travail "Finances" travaillera dans les prochains mois pour trouver une solution appropriée à cette difficulté.

2.2.1. OBJECTIF STRATEGIQUE: DESCRIPTION ET ADAPTION DU REGLEMENT D'ORDE INTERIEUR

Lorsque la nouvelle CFM a pris ses fonctions, un aperçu de la situation financière actuelle a été établi. Cette analyse a montré une fois de plus que les règles d'une institution publique peuvent être particulièrement rigides et formalistes. Bien que l'on puisse le comprendre en raison du contrôle nécessaire de l'utilisation des fonds, ces règles sont également ressenties comme un carcan qui restreint la prise d'initiatives.

En raison de l'enthousiasme de la nouvelle CFM et de l'importance publique croissante de la médiation, en tant que mode alternatif de résolution des conflits, le travail de la Commission fédérale de médiation augmente également de manière exponentielle. La CFM est énormément mise au défi sur ce point car il n'y a pas de croissance exponentielle des ressources qui peuvent être dépensées en retour.

Bien que la CFM ait entre-temps réussi à convaincre tant l'administration que le Service public fédéral Justice de l'importance de la "médiation" comme moyen alternatif de résolution des litiges, la situation économique générale actuelle rend difficile la recherche de ressources supplémentaires. Cependant, la bonne coopération avec le SPF Justice et son administration crée des opportunités et solutions créatives qui seront toujours soumises à l'autorité publique compétente et défendues avec elle.

Au cours de la période à venir, la CFM surveillera, d'une part, le maintien, l'expansion et la révision des budgets et, d'autre part, fera des propositions aux autorités publiques compétentes afin de pouvoir mener efficacement les activités qui lui sont attribuées par la loi.

2.3. DOMAINE– PRISES DE DÉCISION ET RAPPORTS

Depuis la création de la Commission fédérale de médiation en 2005 (art. 1724 à 1737 C.J.) et jusqu'à ce jour, divers changements ont eu lieu tant sur le plan juridique qu'organisationnel.

Le groupe de travail sur la prise de décision et les rapports a été chargé d'analyser de manière critique la manière dont la CFM travaille actuellement. Elle doit examiner dans quelle mesure la manière actuelle de travailler est conforme à la législation interne et externe et, en outre, examiner les points d'attention qui sont en cause ou qui doivent être améliorés.

2.3.1. OBJECTIF STRATEGIQUE : APERÇU ET ADAPTATION DU REGLEMENT D'ORDE INTERIEUR

La loi du 18 juin 2018 (art. 1727 C.J.) sur la nouvelle composition de la Commission fédérale de médiation et de ses organes a, outre ses mérites et ses succès dans le domaine du travail, créé un certain nombre d'obstacles, entre autres, que la CFM a été composée et mise en service avec un certain retard. Afin d'éviter qu'une telle situation ne se reproduise à l'avenir, le groupe de travail continuera à étudier le règlement intérieur.

2.3.2. OBJECTIF STRATEGIQUE : APERÇU ET ADAPTATION DE LA LEGISLATION

Le CFM est très bien placée en tant qu'organe de politique et de contrôle des accréditations, de la formation reconnue et de la déontologie pour faire des suggestions au législateur sur le contenu ultérieur de la loi susmentionnée.

Avant toute suggestion, une analyse approfondie est nécessaire. Sur la base des conclusions des autres groupes de travail, qui exploreront le vaste champ contemporain de la médiation dans notre pays, une extension des formations reconnues peut être envisagée afin de garantir la qualité de tous ces médiateurs et des différents secteurs. Le médiateur, le juge, les organisations, etc. doivent être interrogés sur les difficultés et les éventuelles incohérences de la loi par rapport à leur pratique actuelle.

La médiation en Belgique est aujourd'hui largement pratiquée comme une profession secondaire. Il s'agit parfois d'un travail bénévole dans le cadre d'une occupation principale. Le nombre de médiateurs accrédités a augmenté de manière exponentielle sur une période de 15 ans, ce qui signifie qu'il y a actuellement plus de 3500 accréditations, mais que la CFM ne sait pas encore très bien combien de médiations efficaces il y a.

Le groupe de travail examinera un plan de financement, éventuellement avec le soutien du gouvernement, pour rendre la médiation viable et vivable sous la direction du médiateur agréé.

2.3.3. OBJECTIF STRATEGIQUE : RENFORCEMENT DU FONCTIONNEMENT DU BUREAU / SECRETARIAT / DES COMMISSIONS / RAPPORTS

Le secrétariat est le cœur battant de la Commission fédérale de médiation. C'est le premier point de contact pour les médiateurs reconnus, les organismes de formation, les partenaires, les parties prenantes et le grand public. Il est également le lien entre le Bureau, les trois commissions et les membres de l'Assemblée générale. Un secrétariat efficace est essentiel au bon fonctionnement de la Commission fédérale de médiation. Le groupe de travail "Prise de décision et rapports" partage l'avis du groupe de travail "Finances" selon lequel il est souhaitable de prévoir un budget plus important pour le fonctionnement efficace du secrétariat. Un nombre croissant de médiateurs reconnus et d'organismes de formation signifie également plus de travail pour l'équipe du secrétariat. Pour que le

secrétariat puisse continuer de fonctionner, des ressources doivent être mises en place en contrepartie.

Les membres du Bureau, de l'Assemblée générale et des différentes commissions fixent un calendrier de réunions pour une période plus longue. Il convient de maintenir cette structure fixe de consultations périodiques, car non seulement cela crée une régularité, mais cela porte aussi clairement ses fruits.

2.3.4. OBJECTIF STRATEGIQUE : REPARTITION DES TACHES ET COMPETENCES, Y COMPRIS LA CREATION DE COMMISSION SPECIALES

Le groupe de travail analysera les tendances actuelles de la société, en assurera le suivi et répondra aux besoins actuels. Ces tendances serviront de base à la création d'un comité spécial. Ces comités peuvent être composés des propres membres de la CFM, mais peuvent également être complétés par des externes et des spécialistes.

Ces comités spéciaux ont pour but de promouvoir et de soutenir la médiation dans différents domaines de la vie sociale et économique.

Très concrètement, il a été décidé de mettre en place un comité spécial sur l'éducation. La nécessité d'étendre le processus de médiation au sein du système éducatif est au cœur des préoccupations de la CFM, ce qui s'est traduit par la création d'un comité qui s'en chargera.

En outre, la création d'un comité spécial sur la construction a déjà été envisagée. Sur le terrain, la question a été posée à maintes reprises afin de tenir compte des besoins spécifiques de ce groupe cible.

La CFM prendra les mesures nécessaires.

2.4. DOMAINE – ICT

La loi du 21 février 2005 a ajouté une septième partie (articles 1724 à 1737) au Code judiciaire et a créé la Commission fédérale de médiation comme seul organe de coordination de la médiation en Belgique. Bien que la médiation devienne plus rapide et plus intégrée dans notre société contemporaine, la CFM semble de plus en plus dépassée par les évolutions technologiques contemporaines. Le groupe de travail sur les ICT veut réduire systématiquement ce fossé technologique et se concentrera dans les mois à venir sur la mise à niveau des ICT d'une part, et sur celle du site web et de ses outils structurels d'autre part.

2.4.1. OBJECTIF STRATEGIQUE: MISE A JOUR DES MOYENS ICT

Lorsque la nouvelle CFM est entrée en fonction, son personnel administratif a immédiatement posé la question de la mise à niveau des ICT. La CFM a procédé à une analyse de la situation existante. Cette analyse a fait apparaître clairement les outils dont la CFM devait disposer pour accomplir correctement et efficacement ses tâches administratives dans le domaine des ICT.

Une fois que l'on a déterminé ce qui était nécessaire, l'administration a été contactée pour savoir ce qui était possible pour la CFM. Tant l'administration que le SPF Justice étaient prêts à procéder aux ajustements nécessaires. Un travail est en cours.

La mise à niveau des ICT entraînera une simplification particulière de la charge de travail administratif du secrétariat de la CFM. Les médiateurs accrédités vivront cette mise à jour comme une évolution dans leurs contacts avec la CFM qui leur permettra de gagner en temps et en efficacité. Les contacts avec la CFM seront facilités et les services administratifs de la CFM pourront utiliser leur temps libre pour traiter les nombreux nouveaux projets auxquels la CFM aspire.

2.4.2. OBJECTIF STRATEGIQUE: SITE WEB AVEC OUTILS STRUCTURELS

Un deuxième objectif du groupe de travail concerne le site web. Le site web actuel a été examiné, analysé et une "liste d'éléments moins précis" a été établie. Ceci a été précédé par une enquête sur le fonctionnement du site. Après de fréquents contacts avec l'administration, un plan bien conçu a été élaboré. Le site web sera non seulement ajusté visuellement, mais toute la structure sous-jacente du site sera également convertie. Le site ne doit pas seulement être un panneau indicateur vers le monde extérieur, mais doit également devenir le centre de communication entre la CFM et les médiateurs, les formateurs et toute tierce partie intéressée. C'est un objectif pour lequel le groupe de travail sur les ICT travaillera en étroite collaboration avec le groupe de travail sur la communication et le marketing.

La mise à jour du site web permettra aux organismes de formation et aux médiateurs de consulter leur dossier en ligne. Le site devrait également être développé pour devenir une source d'informations sur la médiation en Belgique et à l'étranger. De cette façon, la "médiation" peut recevoir la publicité nécessaire en tant que solution de conflit, ce qui est l'un des objectifs juridiques du CFM. En outre, toutes les informations sur la formation, l'éducation, la reconnaissance, ect. doivent être facilement accessibles. À un stade ultérieur, il peut également devenir un point d'inventaire pour les statistiques. Ainsi, le site web sera transformé en un outil facile à gérer, performant et une plate-forme d'information qui crée également la transparence nécessaire.

2.5. DOMAINE – GESTION DES CONNAISSANCES

La Commission fédérale de médiation doit se tenir au courant des innovations et des évolutions concernant la médiation dans notre société contemporaine si elle veut continuer de travailler avec efficacité et efficience.

Le groupe de travail "Gestion des connaissances" a pour tâche de clarifier le paysage de la médiation pour la Commission fédérale de médiation.

2.5.1. OBJECTIF STRATEGIQUE : CLARIFICATION DU PAYSAGE: QUI, QUOI OU

Le groupe de travail dressera la carte du paysage de la médiation en se concentrant sur quatre thèmes.

Le **premier thème** est de cartographier la médiation sur le plan géographique. Le premier thème vise à dresser une carte géographique de la médiation, avec un aperçu de la Belgique, de l'Europe et du monde :

- La médiation en Belgique au niveau :
 - du Gouvernement fédéral
 - des communautés et des régions
 - des provinces
 - des villes et les communes

- La médiation en Europe en ce qui concerne :
 - la législation de l'UE
 - La législation des États membres
 - Les particularités

- La médiation dans le monde entier concernant :
 - Législation
 - Spécifications et expérience

Le **deuxième thème** tente de dresser la carte des différents types de questions de médiation. Il examine les domaines et les secteurs dans lesquels la médiation peut se développer davantage.

Le **troisième thème** se concentre sur le médiateur et les associations qui fédèrent et représentent la profession. Une attention particulière est accordée aux:

- Institutions de médiateurs
- Groupements de médiateurs

Le **quatrième thème** tente de dresser la carte des structures de formation, en distinguant entre formation académique, institutionnelle et privée, entre autres. L'on réfléchira aussi à comment définir les dimensions de la formation, comment développer des stratégies de communication, etc.

2.6. DOMAINE – FORMATION & ENSEIGNEMENT

La loi du 18 juin 2018 (art. 1727 §2, 12° C.J.) et ses décrets d'application donnent à la Commission fédérale de médiation la mission explicite de promouvoir la qualité des médiateurs et des formations.

Au cours de la période à venir, le groupe de travail Formation et éducation se concentrera sur l'assurance qualité des médiateurs et les formations/reconnaisances, les formations pendant la semaine de médiation et enfin la médiation gratuite.

2.6.1. OBJECTIF STRATEGIQUE : GARANTIR LA QUALITE DES MEDIEATEURS (EVALUATIONS DES COMPETENCES)/AGREMENT DES MEDIEATEURS

La mission légale concernant le contrôle de la qualité des médiateurs et des médiations se trouve dans la loi Potpourri du 18 juin 2018 (B.S. 2/07/2018), Titre 9, Chapitre 1 (art. 1727§2 12 du Code judiciaire) :

« Prendre toutes les mesures nécessaires pour promouvoir la bonne exécution de la médiation »

La qualité des médiations n'est pas directement perceptible. Les médiations se déroulent dans l'intimité de la salle de médiation, les conversations sont confidentielles. Le processus de médiation se déroule par le biais de la communication. La manière dont cette communication se déroule, les informations données, les questions posées, les interventions du médiateur pour inciter les protagonistes à se comparer, ne peuvent être observées ou évaluées directement.

Jusqu'à présent, la loi, ainsi que la CFM, a contrôlé la qualité des médiations par le biais de trois instruments de base :

- Accès à la profession (art. 1726 §1, 2°C.J.): formation de base obligatoire avec module de spécialisation.
- Formation permanente (art. 1726, §2 C.J.) : formation permanente obligatoire de 18 heures à chaque fois sur une période de deux ans.
- Le droit de porter plainte/la procédure disciplinaire (art. 1727/5 §2 C.J.) : la possibilité pour les citoyens de porter plainte contre un médiateur reconnu ou un organisme de formation reconnu.

Le premier instrument de base est l'accès à la profession : la loi de 2018 prévoit une base de conditions minimales de formation, qu'il faut avoir suivies pour porter le titre de médiateur :

« avoir suivi une formation théorique, notamment juridique, et une formation pratique aux compétences de médiation et au processus de médiation, avec un accent sur les connaissances générales et spécifiques et compétences spécifiques à un domaine particulier de la pratique de la médiation au sens du présent Code et avoir réussi les tests d'évaluation correspondants "suffit pour être reconnu et pouvoir exercer la profession de médiateur »

Dans la loi du 21 février 2005, le législateur considérait encore que "l'expérience professionnelle, les activités antérieures ou une formation appropriée dans le domaine dans lequel on veut intervenir" étaient nécessaires pour pouvoir intervenir (art. 1726§1). Dans la loi de juin 2018, cela n'a plus été inclus. C'est un point qui doit être analysé plus en détail par le groupe de travail.

Afin de maximiser la qualité des médiateurs, la CFM doit suivre de près l'accès à la profession en effectuant une analyse complète des différentes formations et examens, en vérifiant leur sérieux pédagogique et leur sens du devoir.

Un deuxième instrument de base est la formation permanente obligatoire : la formation permanente requise est certainement un support pour le développement des compétences du médiateur.

Un troisième instrument de base est le droit de plainte/le droit disciplinaire : Les organes de plainte/disciplinaire de la CFM doivent être suffisamment accessibles pour que les éventuelles plaintes puissent facilement trouver leur chemin vers l'organe de sanction. Cela a deux conséquences. La CFM crée un baromètre dans lequel il obtient des informations sur les éventuels goulets d'étranglement, les abus et les maltraitements. Comme deuxième conséquence positive, elle permet au CFM d'intervenir immédiatement et de manière appropriée.

L'assurance qualité est un instrument de gestion préventive, elle veut créer les conditions dans lesquelles la compétence peut se développer, dans lesquelles la qualité est promue.

Le groupe de travail sur l'éducation et la formation a l'intention de documenter largement les instruments d'assurance qualité qui existent déjà et sont utilisés au sein du CFM, mais aussi ceux qui sont utilisés dans le cadre de pratiques professionnelles identiques ou similaires dans le pays et à l'étranger.

2.6.2. OBJECTIF STRATEGIQUE : GARANTIR LA QUALITE DES FORMATIONS /AGREMENTS

La loi stipule qu'une commission permanente de formation a été créée au sein de la CFM pour reconnaître (ou non) les organismes de formation des médiateurs, ainsi que les formations renforcées par ceux-ci. En outre, la CFM peut établir ses propres procédures de reconnaissance et déterminer les critères sur lesquels elle fonde la reconnaissance des organismes de formation (art. 1727 §2, 1°, 2°) : elle détermine les programmes minimums de formation théorique et pratique et évalue si les formations répondent aux critères.

Le Bureau a délégué l'examen et l'analyse des demandes d'accréditation des organismes de formation et des cours de formation au Comité permanent de la formation, mais conserve le pouvoir de décision final. (art. 1727/2 §4).

En ce sens, **le premier filtre du contrôle de la qualité** des formations est l'examen par le Bureau. Chaque avis du comité permanent de formation est soumis au Bureau avant d'être validé. Les membres du Bureau ont la possibilité de consulter les dossiers des instituts de formation et la motivation des membres du comité permanent. Un **deuxième filtre de l'assurance qualité** est la recherche d'un système de contrôle de cette qualité. Ce point sera examiné par le groupe de travail dans les prochains mois.

Le progrès de la médiation dépend de son succès. La bonne préparation du médiateur à sa profession est cruciale pour son succès. Le groupe de travail sera une source d'inspiration et suggérera des propositions et apportera sa contribution au Bureau sur un système de contrôle de la qualité de la formation.

2.6.3. OBJECTIF STRATEGIQUE 3: LA SEMAINE DE LA MEDIATION

La Semaine de la médiation et la Journée centrale sont les événements les plus importants pour la Commission fédérale de médiation. Au cours de cette semaine, l'accent est mis sur l'éducation et la formation. Le CFM elle-même, ainsi que les différents partenaires et acteurs locaux, organisent des sessions de formation théorique et pratique, des ateliers et de nombreuses autres activités liées à la pratique de la médiation. Les cours et les formations dispensés pendant cette période sont éligibles à différents points de formation permanente.

Dans la perspective de la cinquième édition de la Semaine de la Médiation 2020, une coopération durable a été établie entre la Commission fédérale de médiation et l'Institut de formation judiciaire (= IFJ). Ensemble, ces deux entités sont responsables de l'organisation et du soutien technique de cette édition de la Semaine de la Médiation 2020, mais peut-être aussi des éditions futures. L'IFJ a des années d'expérience dans l'organisation de cours de formation de qualité. Leurs connaissances et leur expertise constituent une valeur ajoutée pour la CFM dans l'organisation et la réalisation d'une Semaine de la Médiation de qualité.

2.6.4. OBJECTIF STRATEGIQUE: MÉDIATION GRATUITE

Comme nous connaissons l'avocat pro deo dans notre système juridique, le médiateur pro deo existe également. Cette médiation gratuite est encore trop peu connue, tant des médiateurs eux-mêmes que du grand public et de nos référents.

L'expérience montre que même les bureaux d'aide juridique (BAJ) (*organisés par le Barreau*) ne sont guère au courant de la possibilité d'une médiation pro deo par le biais du bureau d'aide juridique. Pour toutes ces raisons, la CFM entend informer et sensibiliser les médiateurs afin de guider leurs clients moins fortunés vers la médiation pro deo.

En outre, dans la mesure où cela n'a pas encore été fait, la CFM cherchera à faire inclure dans la police une couverture d'assurance de protection juridique pour la médiation. La CFM entend également diffuser les informations nécessaires à ce sujet tant aux médiateurs qu'au public et aux référents.

La CFM veut ainsi rendre la médiation plus accessible à tous les groupes cibles et supprimer les éventuels obstacles au choix de la médiation.

2.7. DOMAINE- PARTENAIRES

Le groupe de travail 'Partenaires' commence à analyser tous les domaines et secteurs où il existe un lien possible avec la médiation. Grâce à cette analyse, le groupe de travail aura une vue d'ensemble des partenaires et parties prenantes actuels de la CFM, mais il examinera également de manière pragmatique les domaines et secteurs qui pourraient être considérés comme de nouveaux partenaires ou parties prenantes de la CFM aujourd'hui. Tout au long de ce processus, le groupe de travail sera assisté et conseillé par des experts.

2.7.1. OBJECTIF STRATEGIQUE: PARTENARIAT AVEC LES AUTORITES JUDICAIRES /LE GOUVERNEMENT

La relation entre le SPF Justice et la CFM va au-delà de la simple gestion du personnel et du budget. Une coopération plus durable et plus approfondie est nécessaire.

Les magistrats sont des pionniers incontournables du paysage judiciaire. Ils entrent en contact avec des avocats, les auteurs, les victimes et le grand public. Ils sont l'un des principaux partenaires de la CFM et sont donc les promoteurs idéaux pour informer les parties et les sensibiliser à la médiation comme méthode alternative de résolution des conflits.

Une première collaboration durable avec l'Institut de Formation Judiciaire a déjà été établie pour l'organisation de la journée centrale lors de la cinquième édition de la Semaine de la Médiation. Cet institut propose des formations aux magistrats, ce qui en fait un partenaire précieux de la CFM. Le groupe de travail devrait examiner comment une coopération mutuellement fructueuse avec ce partenaire peut être possible à court, moyen et long terme.

Le groupe de travail examinera plus avant dans quels instituts il voit un potentiel partenariat formel et durable :

- SPF Justice
- Le Conseil supérieur de la magistrature
- Le Collège des Cours et Tribunaux
- *Les universités et les écoles supérieures* sont responsables de la formation théorique liée à la médiation dans le cadre du programme Droit et proposent des programmes de formation pour les magistrats.
- *GEMME Belgique*, la section belge de l'Association européenne des magistrats pour la médiation et la conciliation
- ...

Enfin, elle entretiendra également de précieux contacts avec la Chambre nationale des huissiers de justice, les barreaux, les associations professionnelles de notaires, les différents organes législatifs, y compris les entités régionales et communautaires.

2.7.2. OBJECTIF STRATEGIQUE: PRESENCE DANS L'ENSEIGNEMENT / SECTEURS / ACTEURS

La Commission fédérale de médiation veut promouvoir et soutenir la médiation dans différents domaines et secteurs de la vie sociale et économique. Le groupe de travail identifiera les secteurs dans lesquels la médiation est nécessaire et peut apporter une valeur ajoutée.

La CFM n'a pas l'intention d'offrir elle-même des formations et des enseignements dans ces secteurs spécifiques, mais elle doit promouvoir la médiation en soutenant, encourageant et convainquant les

pionniers stratégiques au sein des secteurs et des acteurs de la valeur ajoutée et des avantages de la médiation.

Les préparatifs et les mesures nécessaires à la création d'une commission spéciale pour l'éducation ont déjà commencé. Ensuite, il sera analysé comment la médiation peut être intégrée dans le système éducatif. À cette fin, le groupe de travail engagera un dialogue avec les principaux acteurs de l'éducation dans toute la Belgique.

En outre, le secteur de la construction et le secteur des soins de santé au sens large demandent également la création d'une commission spéciale.

Enfin, le groupe de travail souhaite accorder une attention particulière aux syndicats qui sont actuellement plutôt méfiants à l'égard du processus de médiation. Les syndicats ont une relation étroite avec les tribunaux du travail et ont également leur propre approche en ce qui concerne les procédures de résolution des conflits avec les employeurs. Le groupe de travail étudiera un moyen de convaincre spécifiquement ce groupe cible de la valeur ajoutée, de la neutralité et de l'efficacité du processus de médiation comme mode alternatif de règlement des litiges.

2.7.3. OBJECTIF STRATEGIQUE: ASSISTANCE JUDICIAIRE ET ASSURANCE

Afin de convaincre les citoyens d'opter pour la médiation comme mode alternatif de règlement des litiges, la CFM devrait faire connaître clairement les avantages et les succès du processus de médiation. Un avantage important à cet égard est l'assistance juridique et l'assurance en rapport avec la médiation.

Le groupe de travail développera des contacts avec divers organismes, sociétés et associations d'assurance. La CFM peut s'engager dans cette coopération dans le cadre de la promotion de la médiation, ainsi que de la formation et de l'organisation de divers événements. Grâce à un dialogue ouvert, les attentes mutuelles des partenaires peuvent être mesurées.

Une analyse similaire devrait également être effectuée dans le monde de la santé et des hôpitaux.