

MEDIATION GRATUITE OU MEDIATION PAYANTE ?

On rencontre des médiations gratuites (*) dans les cas suivants :

- médiation judiciaire fortement recommandée par le magistrat, qui de ce fait envoie sur une association pratiquant des médiations gratuites
- médiation pénale (elle aussi, fortement recommandée par la justice)
- médiation incluse dans une assurance protection juridique pour particuliers (ex : GMF avec le CMAP, encore que dans ce cas les personnes ont payé leur assurance)
- médiation pour des personnes sans ressources
- médiation par une association qui fonctionne 100% sur le bénévolat
- etc...

Y a-t-il un inconvénient à pratiquer des médiations gratuites ?

1/ Comportement des clients qui bénéficient d'un service sans le payer.

Quand on ne paye pas un service, curieusement, on est plus exigeant et souvent même odieux :

- un avocat vous dira que ses clients les plus difficiles sont ceux bénéficiant de l'aide juridictionnelle : ils ne sont jamais satisfaits et compliquent tout sans raison.
- un médecin vous dira que ses patients les plus insupportables sont ceux bénéficiant de la CMU, qui ne payent rien : ils ne supportent pas d'attendre comme les autres, et à la moindre douleur, il faut un scanner, et d'ailleurs des scanners de tout le corps, et en urgence s'il vous plait !
- un hôtelier (ou le responsable d'un relais/châteaux), surtout s'il se donne du mal pour bien recevoir, vous dira que parmi tous ses clients au cours d'une année, les seuls qu'il redoute sont les parents auxquels leurs enfants ont offert le séjour, et qui donc ne payent rien : il y a toujours quelque chose qui ne va pas !

Pourquoi ?

1.1 Le manque de limites

Quand on paye, il y a une régulation par le rapport entre le prix payé et le service fourni : il se crée rapidement une limite prix/bénéfice.

Quand on ne paye pas, il n'y a plus de limite. Comment trouver alors une limite, par exemple à la fourniture de soins médicaux ?

Soit c'est le besoin de reconnaissance de la personne qui s'exprime : plus vous m'en faites, plus vous me reconnaissez.

Soit c'est le besoin de se sentir exister : plus vous vous occupez de moi, plus je me sens important et plus j'existe.

Soit c'est pour prouver sa valeur : si vous me refusez cela, c'est que vous pensez que je n'en vaudrais pas la peine, sans cela vous le feriez puisque c'est gratuit.

Soit si c'est gratuit, c'est que cela ne vaut rien, il m'en faut donc plus pour que j'aie le sentiment de recevoir quelque chose.

1.2 Le sentiment d'infériorité

Quand on paye, on est d'égal à égal avec le fournisseur de service, on est dans une relation d'échange.

Quand on ne paye pas, la seule façon de rétablir une égalité entre nous est par le pouvoir de nuisance : si je vous embête, au moins, j'existe.

Quand on paye, on est aussi d'égal à égal avec tous ceux qui payent aussi.

Si je ne paye pas un service, alors que les autres le payent, c'est que je n'en suis pas capable, donc pas digne, je ne le vaudrais pas, je me sens inférieur. D'ailleurs c'est pour cela que je ne

supporte pas d'attendre dans la salle d'attente avec tous ceux qui payent. Je dois me venger de

ce sentiment et rétablir l'équilibre, en m'affirmant aux dépens du fournisseur de service et des autres qui payent.

1.3 L'attitude de passivité

Quand on paye, on a choisi de payer pour obtenir le service. On s'investit donc dans la relation avec le fournisseur de service, et on fera tout pour que cette relation fonctionne bien et qu'on en retire la plus grande satisfaction : on s'engage.

Quand on ne paye pas, on est dans une attitude plus passive et moins responsable. D'une certaine façon, on subit la relation avec le fournisseur de service.

D'ailleurs les psychanalystes insistent sur cet aspect, fondamental à leurs yeux pour réussir une thérapie.

En conclusion, j'ai trois façons d'exister face à un fournisseur de services :

J'existe puisque (au choix) $\left\{ \begin{array}{l} \text{je vous paye} \\ \text{je vous prends votre temps} \\ \text{je réussis à vous embêter.} \end{array} \right.$

Pour le fournisseur de service, la question devient alors : comment gérer ce problème, comment les faire exister quand ils ne payent pas ?

Pour le médecin par exemple, la seule façon de « survivre » est de ne pas rentrer dans leur jeu, et de les traiter exactement comme ceux qui payent, ni mieux, ni moins bien. Il les fera attendre en salle d'attente comme les autres. Ceux qui viennent juste pour se sentir exister ne le supporteront pas et s'en iront. Ceux qui restent le feront parce qu'ils veulent se soigner : ils s'investissent dans la démarche et d'une certaine façon « payent » avec leur temps.

Pour la gestion des limites, il faudra leur faire prendre conscience du coût des prestations, pour restituer le rapport coût/bénéfice, malgré la difficulté pour un médecin d'adopter cette attitude (du fait du progrès de la médecine, il aura d'ailleurs de plus en plus cette problématique, même avec ceux qui payent).

En médiation, dont l'une des caractéristiques est justement de faire exister les participants, la question ne se pose que pour leur faire accepter de commencer la médiation, et lors du premier entretien. Ensuite ce sera gagné, au moins jusqu'à la phase de recherche de solutions. Pour que la créativité de la médiation fonctionne à plein, il faut qu'à ce moment là les participants soient engagés pleinement dans le processus, qu'ils s'y investissent.

A voir :

- ceux qui ne payent pas l'hôtel parce qu'ils ont gagné un voyage ont-ils un comportement différent ? Oui, parce qu'ils n'ont pas le sentiment d'infériorité : ils ont eu la chance, ils sont « élus des dieux ». Non, parce que le manque de limites subsiste, surtout pour un « élu des dieux ».
- quand on paye sa médiation, on n'est plus un médié, médiant ou médieur, on devient un client.

2/ La médiation payante : dépense ou investissement ?

On peut considérer la médiation comme une dépense ou comme un investissement.

2.1 La médiation comme une dépense.

Une dépense, cela nous appauvrit, on est moins riche après l'avoir faite. Pour cette raison, on ne fait de dépenses que lorsqu'on doit les faire, ou pour satisfaire un besoin ; on subit donc d'une certaine façon la situation, et on ne gagne pas vraiment à avoir fait la dépense : au mieux, on se

retrouve comme avant, on a maintenu le statu quo, c'est de « l'entretien ». Quand on a dépensé, on n'a pas avancé, tout au plus a-t-on consommé.

Si on aborde la médiation comme une dépense, on va la comparer aux frais de justice, qui est l'alternative pour régler un problème. On se dira que la médiation est moins chère, même si, dans son for intérieur, on pense qu'on s'en sortira moins bien en médiation qu'en justice, puisqu'il faudra bien « céder quelque chose », comme le mot médiation (« au milieu ») l'implique ; d'ailleurs c'est normal de s'en tirer moins bien puisque c'est moins cher. Mais au moins cela sera plus rapide que la justice. Va donc pour la médiation, et débarrassons nous vite du problème. Dans ce cas, il faudra du talent au médiateur pour amener la personne à s'investir dans la médiation.

2.2 La médiation comme un investissement.

Un investissement, cela nous enrichit, on est plus riche après l'avoir fait. C'est donc une démarche volontaire et responsable : on décide de faire tel ou tel investissement, on le choisit et on s'y engage parce qu'on sait qu'on y gagnera. Quand on investit, on progresse.

Si on aborde la médiation comme un investissement, c'est parce qu'on choisit de s'y engager pour en retirer le maximum, et on se comportera dans cette médiation de façon à gérer au mieux sa vie et ses intérêts, en personne responsable, et la tête haute s'il vous plait.

La médiation est profitable et ses « retours sur investissement » sont nombreux :

- gain de temps et d'énergie, car le problème sera vite réglé et on pourra passer à autre chose
- meilleure santé, car on ne sera plus miné par ce problème non réglé, et on aura trouvé une solution satisfaisante avec laquelle on se sentira bien
- créativité de la solution élaborée en médiation, à laquelle on n'aurait peut-être jamais pensé, et qui apporte le plus de bonheur tout en gérant ses intérêts au mieux (trouver une aussi bonne solution par d'autres moyens, par exemple des consultants, aurait coûté plus cher et pris plus de temps)
- durabilité de la solution, qui satisfait toutes les parties, et ne sera pas remise en cause
- recréation d'un lien social avec le partenaire, porteur d'un futur plus riche
- on a grandi en gérant soi-même sa vie d'une façon responsable, on est plus riche et plus solide.

Tout ceci s'ajoute au gain d'argent dépensé puisque la médiation est aussi la solution la moins chère pour régler un problème.

Si on prend tout en compte, on voit que la médiation n'est vraiment pas chère, alors n'hésitons pas à rémunérer convenablement les médiateurs compétents.

Alain Roy
Novembre 2004

(*)

Médiation gratuite veut dire ici que les parties qui vont en médiation ne payent pas. Mais aucune médiation n'est gratuite : elle a toujours un coût et il y a toujours quelqu'un qui paye ce coût, comme d'ailleurs pour les autres services « gratuits » mentionnés ici.