

CORINNE BLANC-FAUGÈRE

Maîtrisez
**L'ART DE
CONVAINCRE**

*sans
manipuler*

 TOUTES LES
TECHNIQUES DE
**LA COMMUNICATION
ÉTHIQUE**

L'ART D'UNE COMMUNICATION ÉTHIQUE ET IMPACTANTE :

sans manipuler

sans intimider

sans séduire

sans (faire) culpabiliser

Avez-vous remarqué combien de livres consacrés à l'éloquence ou à l'art de convaincre proposent en réalité des techniques de manipulation mentale ou relationnelle ?

Et si l'on pouvait convaincre autrement ?

Entrez dans un univers où l'art de convaincre se conjugue avec honnêteté, authenticité, collaboration et respect des valeurs.

L'ambition de ce livre ? Redonner ses lettres de noblesse à l'éloquence dans toutes les sphères de votre vie, là où la parole peut réellement changer les choses. Il propose une approche inédite à la croisée de l'éthique et de l'efficacité, pour que votre parole résonne, touche et transforme, sans jamais trahir vos valeurs. Au fil des pages, vous découvrirez notamment :

- Pourquoi **l'éthique est le socle d'une communication sincère** ;
- Comment **adapter votre parole** selon les différents contextes ;
- De **nombreux tests et exercices pour gagner en impact**, en aisance et en fluidité.

Parce qu'imposer, dominer ou écraser l'autre ne devrait jamais être une condition pour se faire entendre, Corinne Blanc-Faugère propose une autre voie : celle d'une parole alignée, juste et puissante.

Corinne Blanc-Faugère est coach conseil et conférencière. Spécialiste de l'impact relationnel par l'éloquence, la répartie et le leadership, et de la conscience de soi, elle accompagne également des speakers francophones TEDx.

Rayons :
Développement personnel / Vie professionnelle

ISBN : 979-10-285-3481-3



9 791028 534813

18,90 euros

Prix TTC France



editionsleduc.com

LEDUC

Maîtrisez
L'ART DE
CONVAINCRE
sans manipuler

REJOIGNEZ NOTRE COMMUNAUTÉ DE LECTEURS !

Inscrivez-vous à notre newsletter et recevez des informations sur nos parutions, nos événements, nos jeux-concours... et des cadeaux !
Rendez-vous ici : bit.ly/newsletterleduc

Retrouvez-nous sur notre site www.editionsleduc.com
et sur les réseaux sociaux.



Leduc s'engage pour une fabrication écoresponsable !

« Des livres pour mieux vivre », c'est la devise de notre maison.



Et vivre mieux, c'est vivre en impactant positivement le monde qui nous entoure ! C'est pourquoi nous avons fait le choix de l'écoresponsabilité. Un livre écoresponsable, c'est une impression respectueuse de l'environnement, un papier issu de forêts gérées durablement (papier FSC® ou PEFC), un nombre de kilomètres limité avant d'arriver dans vos mains (90 % de nos livres sont imprimés en Europe, et 40% en France), un format optimisé pour éviter la gâche papier et un tirage ajusté pour minimiser le pilon ! Pour en savoir plus, rendez-vous sur notre site.

Conseil éditorial : Pascale Senk

Édition : Hélène Meurice

Maquette : Élisabeth Chardin

Relecture : Agnès de Livron Duhamel

© 2025 Leduc Éditions

76, boulevard Pasteur, 75015 Paris

ISBN : 979-10-285-3481-3

CORINNE BLANC-FAUGÈRE

Maîtrisez
L'ART DE
CONVAINCRE
sans manipuler

TOUTES LES
TECHNIQUES DE
LA COMMUNICATION
ÉTHIQUE

LEDUC

SOMMAIRE

Préambule	9
Bienvenue	13
PARTIE 1 : Les fondations pour convaincre	
avec honnêteté.....	21
Chapitre 1 : Comprendre la communication éthique	23
Chapitre 2 : Les bases de la rhétorique.....	45
Chapitre 3 : Les fondamentaux de l'éloquence	59
Chapitre 4 : Intégrer la puissance du récit	91
Chapitre 5 : Comprendre les techniques de manipulations	109
Chapitre 6 : Renforcer sa confiance en soi	137
Chapitre 7 : Bâtir et développer des relations éthiques.....	163
PARTIE 2 : Convaincre selon les contextes 189	
Chapitre 8 : Convaincre dans la vie privée	191
Chapitre 9 : Convaincre dans la vie professionnelle	211
Chapitre 10 : Convaincre en négociation/médiation	229
Chapitre 11 : Convaincre en public.....	247
Chapitre 12 : Convaincre en politique	275
Chapitre 13 : Convaincre sur le digital/numérique.....	293
Conclusion.....	315
Épilogue	321

PRÉAMBULE

Le conte métaphorique de l'apprenti potier

Un maître potier et son apprenti travaillaient ensemble dans un atelier, depuis quelques mois, dans une ambiance sereine, de respect et de transmission de l'amour du travail bien fait.

L'apprenti, un jeune adolescent en soif d'apprendre, était impatient de créer une jarre parfaite. Il pétrissait l'argile avec force et façonnait la jarre rapidement, mais elle se fissurait systématiquement pendant la cuisson au four.

Après avoir observé plusieurs de ses tentatives non abouties, le maître potier lui dit : « Attends ! Ne te précipite pas ! Quant de te lancer dans le travail, prends le temps d'observer l'argile. Prends le temps de l'écouter, et tu verras.

– Je verrai quoi, Maître ?

– Si tu prends le temps d'observer et d'écouter cette argile telle qu'elle est et non comment tu voudrais qu'elle soit, tu verras qu'elle aura beaucoup de choses à te révéler sur ta façon de la traiter et de te comporter avec elle. »

Qinsi, en l'observant et en l'écoutant, tu apprendras à affiner ta pratique et ton savoir-faire. Écoute-la et tout changera ! Écoute-la et TU te perfectionneras.

Le jeune apprenti, perplexe, se mit à travailler l'argile plus lentement et plus délicatement. Il apprend à écouter la matière en développant un nouveau ressenti sous ses doigts. Il façonne alors différemment cette terre dont il appréciait de plus en plus la texture sous sa peau.

With the time, il comprit le fonctionnement de l'argile et réussit à anticiper sa réaction pendant qu'il la travaillait et pendant la cuisson. Il apprit à respecter le rythme naturel du matériau qui lui rendit à la hauteur de son implication puisque ses créations devinrent de plus en plus solides et de plus en plus belles. Sa réputation traversa les régions et l'on vint de vingt mille lieues à la ronde pour obtenir une de ses créations incomparables.

Convaincre sans manipuler, c'est comme devenir cet apprenti potier. Parce que nous sommes tous des apprentis de nos relations humaines, nous apprenons chaque jour sur nous à travers l'autre.

Il ne s'agit pas de forcer les choses, de forcer les autres, ou de forcer la relation pour arriver à ses fins dans un rapport d'intérêt unilatéral. Pour convaincre l'autre sans intention de le manipuler, il s'agira d'écouter/d'observer à qui l'on a affaire, de le comprendre, de s'y adapter, de respecter le rythme et la nature de cet autre, autant que ceux qui nous sont propres, pour créer un lien, une relation solide ensemble, une accointance authentique et stable.

Les outils, techniques ou instruments à votre disposition sont nombreux pour y parvenir en toute sérénité. Et l'objectif de ce livre est d'en partager avec vous un maximum pour vous aider à créer et à entretenir des relations éthiques, si telle est votre intention.

À Romane et à David, mes piliers

*« Deviens le sujet de toi-même,
remplace la morale qui vient du dehors
par l'éthique qui vient du dedans. »*

Alain Touraine

*« Rien n'est permanent,
sauf le changement. »*

Héraclite

*« Seuls ceux qui sont assez fous
pour penser qu'ils peuvent changer
le monde y parviennent. »*

Steve Jobs

BIENVENUE

Pourquoi ce livre ?

Nous vivons une époque où l'éloquence suscite à la fois fascination et méfiance. Trop souvent, elle est perçue comme un artifice, un outil au service du pouvoir ou de la manipulation.

Nous vivons dans une ère marquée par une profonde défiance envers les discours, notamment en politique. Les mots peuvent séduire, manipuler ou inspirer, mais comment discerner l'intention réelle derrière eux ?

Pas toujours simple de différencier le désir d'une quête du pouvoir d'une volonté authentique de changer les choses.

Pourtant, l'éloquence, lorsqu'elle est guidée par une éthique solide, peut transformer nos relations et nourrir une communication authentique et fluide, plaisante et constructive.

Si, vous aussi, vous vous demandez comment instaurer des relations sincères et communiquer autrement, ce livre est fait pour vous.

Ce livre vous propose un voyage à travers les multiples visages de ce magnifique art de convaincre. Souvenons-nous que la définition initiale de « CONVAINCRE » vient du latin *convincere* qui signifie « vaincre avec », pouvant aussi être traduit par « vaincre ensemble ». Ne serait-il pas temps de redonner ses lettres de noblesse à ce mot ?

De convaincre à l'éloquence

Développer son éloquence sera un atout pour convaincre, même avec éthique. Mais saviez-vous qu'il existe plusieurs styles d'éloquence ? Et des éloquences qui ne se ressemblent pas. L'éloquence de l'avocat, taillée pour convaincre un jury, diffère de celle du politicien, qui cherche à galvaniser les foules, tout comme celle du comédien, qui touche par l'émotion. Et que dire de l'éloquence discrète mais percutante du manager en réunion, du formateur qui inspire ou encore de tonton Robert, ému, lors du mariage de sa nièce ?

Chaque contexte appelle une forme d'éloquence particulière, et ce livre vous dévoile comment ajuster votre propos pour qu'il résonne, sans jamais trahir vos valeurs.

Au-delà des techniques, nous explorerons aussi ce que l'éloquence peut apporter au quotidien : une posture sincère, une fluidité relationnelle et une capacité à convaincre sans manipuler. Que vous soyez orateur novice ou expérimenté, préparez-vous à enrichir vos compétences avec une approche inédite, à la croisée de l'éthique et de l'efficacité.

Au fil des pages, vous découvrirez pourquoi l'éthique est le socle d'une communication sincère avec une éloquence et une rhétorique éthique ; comment éviter les pièges de la manipulation ; comment mettre la puissance du récit au service de vos idées ; nous parlerons aussi de la confiance en soi ; des relations durables et de la manière d'adapter votre parole selon les différents contextes où il est nécessaire de maîtriser cet art de convaincre avec vérité.

BIENVENUE

Vous découvrirez également de petites récréations, au fil des pages, entre les chapitres, avec des « Contes métaphoriques » et des « Histoires d'en rire », dans la première partie du livre et des « Regards critiques » pour la seconde. Des aérations proposées pour vous apporter une touche de légèreté dans votre lecture, en même temps qu'elles pourront venir soutenir vos potentiels argumentaires futurs. Et à la fin de chacune des deux grandes parties, vous pourrez apprécier un résumé à la façon de Socrate, sous forme de « Charte éthique ».

Ensemble, nous allons réapprendre à convaincre, non pas pour dominer, mais pour bâtir.

Bon voyage dans cet univers où l'art de convaincre se conjugue avec honnêteté, authenticité et collaboration.

*« La diversité est la richesse de notre monde.
Elle nous permet de construire des ponts,
de créer des opportunités et de transformer
nos défis en triomphes. »*

Nelson Mandela

CONTE MÉTAPHORIQUE

Les humains sont comme les pommes de terre

Qu'au 13^{ème} siècle, alors que le Japon était dominé par une guerre civile particulièrement violente, le Moine Nichiren Daishonin, porteur d'une grande sagesse, initia une nouvelle pratique du Bouddhisme centrée sur le Sutra du Lotus. Il vivait en retrait dans un monastère d'où il soutenait ses concitoyens grâce à des correspondances qu'il entretenait avec eux. Un jour, il expliqua dans une lettre adressée à une dame qui se plaignait que les autres étaient agressifs avec elle que « les humains sont comme les pommes de terre ». Et il le démontre dans cette même lettre avec l'histoire métaphorique qui suit :

Lorsque l'agriculteur ramasse ses pommes de terre arrivées à maturité dans son champ, elles sont encore pleines de terre quand il les dépose dans des caisses afin de pouvoir les transporter. Puis il les charge dans son véhicule pour les amener jusqu'à la ville afin de les vendre sur le marché. Chemin faisant, grâce (ou à cause, ça c'est vous qui verrez) des chaos de la route (ornières, touffes d'herbes, bosses...), ces pommes de terre se frottent entre elles dans chaque cageot, régulièrement, berçées par les reliefs du chemin. Qinsi, une fois arrivées à bon port, ces pommes de terre, nettoyées de tous leurs excès de terre, révèlent leur relief individuel, leur peau délicate et dorée et ainsi séduire pleinement les acheteurs.

Comme beaucoup de philosophies asiatiques, le bouddhisme japonais – que j’ai pratiqué pendant plusieurs années – nous enseigne de grandes vérités et des messages forts, énoncés pourtant avec simplicité. En voici un qui fait réfléchir dans le bon sens sur la signification que l’on peut donner à nos relations humaines.

Les êtres humains sont comme les pommes de terre.

Bien souvent la présence des autres nous gêne, nous incommode ou encore nous perturbe dans notre propre fonctionnement, car nous sommes convaincus que c’est cet Autre qui est la cause de nos malheurs ou de nos déboires. Et pourtant... Si nous faisons un « pas de côté » et que nous voyons les choses autrement, il s’avère que cette présence de l’Autre peut nous aider à nous « nettoyer » de nos impuretés, de nos pensées limitantes et de nos comportements toxiques pour nous-mêmes.

Plutôt que de ne voir et de ne parler que de nos limites, de ce que nous ne pouvons pas faire, préférons l’idée de nous « frotter » aux autres afin de nous débarrasser mutuellement de nos impuretés, sans entretenir la vision de nous « confronter » aux autres. Cela n’engendrerait qu’un rapport de force constant et douloureux (même physiquement), car ces tensions éprouvées se transmettront aussi sur le plan musculaire, articulaire, ou encore sous forme de tensions dans le dos qui se feront ressentir et persistent tant que vous ne lâcherez pas cette stigmatisation négative de vous et de l’Autre.

Ce grand moine nous invite donc à avoir un comportement assertif et écologique envers nous-mêmes et envers notre entourage, pour grandir ensemble et évoluer dans un élan « gagnant-

gagnant ». Votre interlocuteur du moment ne partage pas cette posture ? Ce n'est pas grave, vous continuerez votre chemin, toujours aligné avec vous-même. Le but ultime n'est-il pas de devenir la meilleure version de soi-même et de communiquer en ce sens ? Pour le reste... Chacun sa part !

« On crée son univers à mesure que l'on avance. »

Winston Churchill

À propos des « Histoire d'en rire », même les plus grands leaders peuvent faire des erreurs ou commettre des maladresses.

Je vous propose donc des anecdotes légères, regroupées sous le titre « **Histoire d'en rire** », situées en inter-chapitres, qui parleront à chaque fois, d'un moment différent de l'Histoire où une personnalité publique a commis une maladresse, un oubli ou une erreur en public, et qui s'en est sortie d'une pirouette verbale humoristique ou d'une sympathique répartie. Cette rubrique a pour but de vous rappeler qu'une erreur, une gaffe assumée, même imprévue, peuvent renforcer votre leadership, votre crédibilité d'orateur et la proximité avec un auditoire ou un interlocuteur. Et aussi contribuer à bâtir une réputation solide lorsqu'elle s'accompagne d'un charisme impactant et de valeurs justes.

Ces moments d'humour sont là pour vous montrer que l'éloquence n'est pas un art figé et coincé, mais une compétence humaine et perfectible. Cela vous encouragera, je l'espère, à persévérer, à apprendre de vos erreurs et à ne jamais oublier que convaincre, c'est aussi savoir garder une part d'humilité, parce que cela signifie toujours « vaincre ensemble ».

HISTOIRE D'EN RIRE #1

Winston Churchill, connu pour ses répliques cinglantes

Il est arrivé à ce grand monsieur de se retrouver dans des circonstances où sa répartie particulièrement aiguisée a dérapé. Pourtant, ses répliques étaient tellement assumées qu'elles sont devenues des traits d'humour qui le définissent.

Lors d'un débat avec une opposante politique, cette dame a reproché à Winston Churchill d'être saoul, dans le but de le déstabiliser et de gagner le débat.

Il aurait répondu : « Madame, je suis peut-être ivre, mais vous, vous êtes laide, et moi, demain matin, je serai sobre... »

Cette anecdote est très connue. Toutefois, il semble difficile de confirmer les sources exactes de cette sympathique histoire. Son origine exacte et son authenticité sont débattues, certains historiens estiment qu'elle relève plus d'un folklore fantasmatique autour du personnage de Churchill, d'une légende urbaine que d'une réalité concrète attribuée sans preuves concluantes, vérifiables et convaincantes.

Gardons-la toutefois à l'esprit comme une *punchline* qui déstabilise celle qui voulait déstabiliser... Tel est pris qui croyait prendre !

PARTIE 1

**Les fondations
pour convaincre
avec honnêteté
(et pour se laisser
convaincre avec
discernement)**

Chapitre 1

Comprendre

la communication

éthique

« *La communication est indispensable, jamais suffisante.* »

Yvon Rivard (extrait du *Silence du corbeau*¹)

Afin de comprendre comment fonctionne une communication basée sur des valeurs éthiques relationnelles, il est important de récapituler quels sont les processus en œuvre et ce qui se joue dans les interactions humaines.

Par quoi nous laissons-nous convaincre ? Et par qui ?

Il semble important de se poser cette question, car la réponse que nous y apporterons sera essentielle pour que nous sachions par quoi vous pourriez vous laisser influencer, voire vous laisser manipuler... Et par qui !

1. Yvon RIVARD, *Le Silence du corbeau*, Boréal, 1991.

LES FONDATIONS POUR CONVAINCRE AVEC HONNÉTETÉ

Qu'est-ce qui déclenche notre confiance ? La crédibilité de l'orateur que vous écoutez qu'il parle à un public ou à vous seul² ? Sa légitimité ?

Lorsque vous écoutez quelqu'un qui parle, qu'est-ce qui vous donne envie de lui accorder votre attention ?

En réalité, il y a **deux axes majeurs** que nous devons prendre en compte dans nos prises de parole (qu'elles aient lieu en public ou face à un seul interlocuteur, ce sera la même chose) :

1. Le quoi ?
2. Le comment ?

Le quoi ? : le contenu du propos

Comment vous vous y prenez aujourd'hui pour donner envie à vos interlocuteurs de vous écouter ? De vous comprendre ? De vous accorder de leur intérêt ? De vous accorder de leur temps ? De leur attention ? Et peut-être même pour leur donner envie de parler de vous, pour vous recommander, par exemple ?

Comment faites-vous actuellement pour attirer l'attention ET l'intérêt de vos interlocuteurs, sans les lasser ni les frustrer ?

Il est fondamental que nous nous posions la question, parce que de nombreuses sources d'interactions demeurent disponibles. Vous pourrez rencontrer des auditeurs qui auront la sensation d'en savoir au moins autant que vous sur le sujet que vous abor-

2. Convaincre concerne tous ceux qui s'expriment, quel que soit le contexte et leur auditoire ou interlocuteurs. Comme nous le verrons tout au long de ce livre, convaincre ne concerne pas seulement un orateur, mais aussi toute personne qui communique.

dez, grâce, principalement, à la multitude de ressources qui existent aujourd’hui sur le web. Ce qui pourra vous aider à être plus convaincant sera la réputation qui vous aura précédé et la crédibilité que cet auditoire vous accordera.

Le but est que tout le monde passe un moment agréable, au-delà d'apprendre des choses en vous écoutant, sinon, tout le monde va vite s'ennuyer et vous parlerez rapidement dans le vide.

Adressez-vous à vos allocutaires avec enthousiasme et motivation, si vous souhaitez qu'ils vous écoutent avec ces mêmes émotions. Si vous vous adressez aux autres avec envie, vous déclencherez l'envie de vous écouter et, pourquoi pas, de parler de vous.

À toutes fins utiles, je préciserai que tenter de convaincre en restant vous-même, c'est ce qui est essentiel. Ne jouez surtout pas un rôle en pensant que c'est ce que votre assemblée attend de vous... Savoir CONVAINCRE SANS MANIPULER, c'est avant toute chose ÊTRE et RESTER AUTHENTIQUE... Le reste, c'est de la technique qui s'apprend et c'est aussi le but du contenu de cet ouvrage.

« Soyez vous-même, les autres sont déjà pris. »

Oscar Wilde

Le bon propos avec la bonne énergie et la bonne posture qui donnent envie est la combinaison gagnante. Le contenu de ce livre pourra vous y aider, car vous pouvez le considérer comme un guide très complet d'une **communication relationnelle efficace et éthique**.

Le comment ? La forme du propos

Vouloir convaincre demande d'être à la fois dans **la passion du partage ET la compétence du sujet**. Le secret ? Parler avec la même passion que celle qui vous anime au quotidien lorsque vous exercez votre métier, lorsque vous parlez de vos enfants, après avoir vu un excellent film au cinéma, lorsque vous parlez de vos dernières vacances en famille, lorsque vous parlez ou que vous pensez à votre plus belle réussite...

Parler avec enthousiasme est un levier majeur et fondamental de l'intérêt que l'Autre va vous accorder et du temps qu'il va vous consacrer.

Parce que, si vous exprimez un enthousiasme sous-jacent, votre interlocuteur traduira, grâce au fonctionnement de son cerveau, que vous prenez plaisir à partager vos informations avec lui, donc à lui parler, donc, par effet de conséquence « miroir », il prendra plaisir à vous écouter. Et là, vous serez dans une relation « gagnant-gagnant » sincère et vraie.

Il peut arriver que les tentatives de manipulation soient vues comme le Graal, mais c'est une erreur ! J'espère que voyager entre les pages de ce livre vous le confirmera.

Vivez donc pleinement l'émotion qui vous anime au moment où vous prenez la parole et vous franchirez clairement une étape concrète sur le chemin de cet art de convaincre.

Parce que faire vivre une émotion à vos interlocuteurs sera la clé de voûte absolue de cet intérêt que l'Autre vous accordera et vous portera. L'envie que vous lui donnerez ou non d'être convaincu

par vous, votre propos, vos idées, votre proposition, votre pitch, vos arguments, votre force de conviction, votre dynamisme, votre charisme, votre leadership, etc. En bref, vous l'aurez compris, ce sera toute votre capacité d'attraction qui sera en jeu ici.

*« L'important n'est pas que mon discours soit vrai,
mais qu'il soit sincère. »*

Albert Jacquart (extrait de *Petite Philosophie à l'usage des non-philosophes*³)

LE SAVIEZ-VOUS ?

- Socrate, le célèbre philosophe grec (470-399 avant J.-C.) peut être considéré comme le « grand-père spirituel » d'Aristote, rhéteur par excellence. Socrate, qui incarne admirablement l'idée d'une communication éthique, n'écrivait pas ses pensées. Pour lui, une véritable communication éthique repose sur le dialogue direct et la maïeutique (méthode qui consistait à poser des questions pour aider son interlocuteur à découvrir la vérité par lui-même). Ce type de communication respectait l'autonomie de l'autre, en évitant de lui imposer des idées préconçues ou de le manipuler.
-
-
- Au v^e siècle, Socrate était déjà convaincu qu'il ne fallait pas convaincre par la force des arguments, mais par une recherche commune de vérité.

3. Albert JACQUARD, *Petite Philosophie à l'usage des non-philosophes*, Calmann-Lévy, 1997.