

L'ARGUMENT QUI TUE



**PHILIPPE-HENRY
HONEGGER**

**DÉBATS, ENTRETIENS, PRÉSENTATIONS...
LES MEILLEURES TECHNIQUES
POUR CONVAINCRE**

DBS

Philippe-Henry Honegger

L'ARGUMENT QUI TUE

DBS

De Boeck Supérieur
5, allée de la Deuxième-Division-Blindée
75015 Paris

Retrouvez nos publications sur
www.deboecksuperieur.com

© De Boeck Supérieur SA, 2023
Rue du Bosquet, 7 – B1348 Louvain-la-Neuve

Couverture : Primo & Primo

Tous droits réservés pour tous pays.

Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit.

Dépôt légal :
Bibliothèque royale de Belgique : 2023/13647/119
Bibliothèque nationale de France : septembre 2023
ISBN : 9782807348189

SOMMAIRE

L'auteur	7
Prologue	9
Introduction.....	11
À quoi sert la rhétorique ?.....	11
Quand utiliser la rhétorique ?.....	15

CHAPITRE 1. LES CLÉS DE LA RHÉTORIQUE

La crédibilité : une clé pour éveiller l'attention.....	19
Toujours miser sur la première impression.....	20
Le quinté gagnant pour être crédible.....	25
L'émotion : une clé pour toucher les cœurs.....	31
Créer sa pépinière d'émotions.....	32
Cultiver ses émotions.....	37

CHAPITRE 2. FORGER SES ARGUMENTS

Extraire des pépites.....	43
Creuser partout.....	43
Identifier les idées en or.....	46
Transformer une idée brute en argument.....	51
Douter de tout.....	51
Identifier le point de bascule.....	54
Ne pas contester l'incontestable.....	57
Utiliser des tiroirs.....	59

CHAPITRE 3. ORGANISER SES ARGUMENTS

Construire le plan général.....	65
Cicéron contre Netflix et TikTok.....	66
L'accroche.....	68
La problématisation.....	73
L'argumentation.....	76
La conclusion.....	81
Construire l'argumentation.....	85
Mettre ses arguments en ordre de bataille.....	85
Bâtir une argumentation.....	88
Le super-pouvoir du <i>storytelling</i>	94
Structurer pour conserver l'attention.....	97
Applications pratiques.....	99
Les débats.....	99
Les épreuves de grand oral et les entretiens d'embauche.....	102
Les démarches administratives.....	105
Les contre-interrogatoires judiciaires.....	108

CHAPITRE 4. FORMULER SES ARGUMENTS

Trouver son style.....	115
Ne fixer aucune limite pour devenir soi-même.....	116
Se trouver soi-même grâce aux autres.....	118
Plus c'est court, plus c'est bon.....	119
La chasse aux tics.....	121
S'adapter sans se déguiser.....	122
Trouver les mots.....	125
Trouver les mots justes.....	125
Des figures de style aux <i>punchlines</i>	127

Interroger plutôt qu'affirmer.....	130
Utiliser des références.....	132
On n'écrit pas comme on parle (et on ne parle pas comme on écrit).....	135

CHAPITRE 5. INCARNER SES ARGUMENTS

Les secrets de l'éloquence.....	143
Le verbal, le non-verbal et le para-verbal.....	143
Le modèle, c'est vous.....	144
No pain, no gain.....	146
L'émotion.....	147
Les voies de l'éloquence.....	151
La voix.....	151
La respiration.....	158
Le corps.....	159
Le visage et les yeux.....	161
L'éloquence par la PNL.....	165
La synchronisation.....	165
L'ancrage.....	168

CHAPITRE 6. MÉMORISER SES ARGUMENTS

Aide-mémoire.....	173
Préparer, préparer, encore préparer.....	173
Rédiger ou expérimenter ?.....	175
Oubliez le « par cœur ».....	177
Les trous de mémoire.....	178
Prévoir l'imprévu.....	178
La prévisualisation.....	179
Apprendre à aimer le trac.....	181

Conclusion	183
Épilogue	185
Conseils de lecture	187
Remerciements	191

L'AUTEUR

Après avoir étudié la philosophie à la Sorbonne et la New York University, puis le droit dans les universités Paris-Panthéon-Assas et Oxford, Philippe-Henry Honegger devient avocat en 2011. Il s'est depuis associé à Steeve Ruben pour créer le cabinet Ruben & Associés, qui exerce exclusivement en droit pénal.

Ses domaines de prédilection sont les affaires criminelles (meurtre, viol, terrorisme) et les procès d'assises dans lesquels il s'illustre régulièrement un peu partout en France. Aux côtés de Steeve Ruben, il a notamment défendu le rappeur Fianso et intervient souvent auprès des victimes de violences policières. Il a, entre autres, obtenu pour ses clients la condamnation de l'entreprise Total Petrochemicals ou encore celle d'Alain Soral.

Philippe-Henry Honegger est par ailleurs régulièrement invité dans les médias, où il s'attache à décrypter l'actualité judiciaire pour le grand public et partage avec passion ses analyses. Il est un invité récurrent des chaînes d'information BFMTV, CNEWS ou France Info en qualité d'expert. Il a également été chroniqueur plusieurs années aux côtés d'Adile Farquane sur Beur FM. En 2021, France 2 a diffusé le documentaire « Défendre », pour lequel lui et son cabinet ont été suivis par des journalistes pendant près d'une année afin de retranscrire la vraie vie des avocats pénalistes.

Son goût pour le verbe et la force des mots remonte à loin. Avant de devenir avocat, il a pratiqué le théâtre et s'est investi dans le cinéma en réalisant et produisant des courts-métrages pendant près de 10 ans. C'est donc tout naturellement qu'il s'est passionné pour la rhétorique. Pour lui, l'évolution de la société et des médias impose une réflexion nouvelle sur ce sujet, qu'il aborde dans son podcast « Paroles, Paroles », dont les premiers épisodes ont été diffusés en 2023.

PROLOGUE

Timothée avait à peine 22 ans lorsque les policiers ont cassé la porte de son appartement. À 6 heures du matin, ils ont réveillé toute sa famille pour l'interpeller, lui. Placé en garde à vue, il est informé qu'on l'accuse d'avoir commis un meurtre, il y a huit mois, dans son quartier. Timothée clame son innocence, conteste les faits, affirme ne rien savoir. Personne ne le croit. Quarante-huit heures plus tard, un juge le place en détention provisoire.

Ce ne sera que 3 ans plus tard qu'un homme viendra sonner à la porte de mon cabinet. Il se présente comme l'ami de Timothée, qu'il me demande de défendre. Timothée est encore détenu et passera bientôt devant la cour d'assises. Son ami répète que je dois le faire acquitter, car Timothée est vraiment innocent. Je lui rétorque qu'on me demande tous les jours de défendre des innocents « vraiment innocents », et que, s'il me le permet, je me ferai mon propre avis en regardant le dossier.

Mais l'homme insiste. Il n'a aucun doute quant à l'innocence de Timothée, et cela pour une raison simple : le vrai coupable du meurtre, ce n'est pas Timothée, c'est lui-même, l'homme qui se présente en face de moi ! Il sait parfaitement que je ne peux révéler son crime car je suis tenu au secret professionnel. Timothée sait que son ami est le meurtrier mais veut le protéger.

Personne ne peut refuser de défendre un véritable innocent, même si cela implique de ne pas révéler l'identité du coupable. J'ai donc accepté de défendre Timothée. Mais j'allais devoir réussir à mobiliser tous les moyens possibles pour convaincre. Tout ce que j'aime.

INTRODUCTION

À quoi sert la rhétorique ?

La rhétorique est un ensemble de techniques et de stratégies permettant d'améliorer la manière dont on exprime ses idées et de renforcer sa capacité à convaincre, c'est-à-dire : faire adhérer ceux à qui l'on s'adresse aux idées que l'on exprime.

La rhétorique a pris une place fondamentale au cœur de notre civilisation depuis l'Antiquité grecque. Jusqu'au XIX^e siècle, la rhétorique faisait même l'objet d'une année entière d'études : c'était d'ailleurs le nom que l'on donnait à l'avant-dernière année du lycée, au cours de laquelle les élèves se consacraient à la maîtrise de l'art de la rhétorique.

Mais pourquoi vous parler de rhétorique, alors que l'agora grec est aujourd'hui une ruine et que la classe de rhétorique n'existe plus au lycée depuis bien longtemps. Croyez-moi, ce n'est pas par amour des vieux machins inutiles : c'est parce que aujourd'hui, plus que jamais, **la rhétorique est au cœur de toutes nos relations, de la manière dont nous communiquons tous, que nous le voulions ou non !**

Vous souhaitez motiver des gens à vous suivre dans un projet
qui vous tient à cœur ?

Vous aimeriez convaincre des amis lors d'un débat
sur une question de société ?

Vous présentez un nouveau produit à votre client
mais vous savez qu'il sera difficile à persuader ?
Vous avez besoin de la rhétorique.

Maintenant que vous voyez l'importance de la rhétorique (enfin, j'espère !), vous allez pouvoir vous approprier tous les outils qui vous permettront, grâce à ce livre, d'en acquérir la maîtrise. Comment ? En quelques étapes, que je détaille dans ce livre. Suivez-les soigneusement, et vous aurez entre les mains les clés du succès.

Attention, pour ceux qui se diraient « cool, je vais apprendre à bernier à coup sûr mon interlocuteur », vous allez être déçus : toute ma méthode est fondée sur la recherche de notre vérité, de notre conviction et de sincérité pour créer des idées fortes et les présenter de manière convaincante. Parce que la rhétorique et l'art de convaincre ne sont pas un jeu ni une forme de manipulation. Ils doivent servir à exprimer au mieux vos idées et non pas vos mensonges.

Pour résumer, la rhétorique n'est pas simplement constituée de petites techniques et tactiques pour convaincre de n'importe quoi. Il s'agit d'une méthode personnelle et presque intime pour parvenir soi-même à **construire une pensée valide et forte, convaincante pour les autres mais également, D'ABORD ET SURTOUT POUR SOI-MÊME.**

En fait, ce sont les abus de la rhétorique qui ont nui à cette discipline et ont poussé les pédagogues à la ranger au rayon des antiquités. Alors qu'elle constituait une part fondamentale de l'enseignement, elle a alors été de plus en plus décriée pour quasiment disparaître au cours du xx^e siècle.

Il faut dire que Schopenhauer, dans *L'Art d'avoir toujours raison* (1830), a donné tous les arguments pour conduire à ce qu'on s'en méfie. Dans son ouvrage, il regroupe ce qu'il appelle des « stratagèmes » permettant de donner les apparences de la raison lorsqu'on a tort. Groupes... dur à avaler.

Cet ouvrage est aujourd'hui encore considéré comme une référence en la matière alors qu'il a plutôt trahi ce qui, historiquement, était au cœur de la rhétorique.

Après cela, les pédagogues ont considéré que la vérité se suffisait à elle-même et qu'il n'y avait pas besoin de techniques pour l'exprimer, puisqu'elle devait convaincre par sa simple existence.



Erreur : de gros mensonges peuvent être acceptés bien plus facilement que la vérité (pour certains hommes et femmes politiques, c'est même devenu un métier).



La rhétorique ne doit plus être conçue comme un outil dangereux et inutile, utilisé par les bonimenteurs pour tromper les foules. Au contraire !

Je la conçois, pour ma part, comme le moyen de mettre au jour des idées fortes auxquelles vous croyez sincèrement, un peu comme une sage-femme est indispensable pour donner naissance à un bébé.

Car parvenir à déployer avec conviction des arguments pertinents qui toucheront l'intelligence et le cœur de votre interlocuteur demande des efforts, et beaucoup de soin.

Parce que ce n'est que lorsque vous avez suffisamment travaillé à concevoir le message que vous souhaitez transmettre et que vos idées sont claires pour vous-même que vous saurez l'exprimer de telle façon que votre interlocuteur en sera convaincu.

Pour résumer, la rhétorique, ce n'est pas la recherche du procédé le plus efficace pour enfumer les personnes avec lesquelles vous êtes en contact. La rhétorique, c'est ça :



Rhétorique = recherche de sa vérité + construction des idées + procédés de transmission efficaces et convaincants



L'enjeu de la rhétorique va donc bien au-delà de la jolie formulation des phrases : c'est une méthode efficace et indispensable pour forger de bonnes idées, les soutenir par une bonne argumentation, et les offrir honnêtement à ceux à qui vous les destinez.



Il faut savoir bien penser pour savoir bien parler.



Pourquoi la rhétorique est-elle si nécessaire aujourd'hui ?

Depuis quelques années, il existe un regain d'intérêt pour la rhétorique, l'éloquence et l'art oratoire auprès du grand public.

Peut-être sortons-nous d'une forme de cynisme social ayant pu exister au cours du ^{xx}^e siècle : on disait volontiers qu'il n'existait pas de vérité établie, que chacun avait la sienne, et qu'à tout prendre la vérité importait peu, que la poursuite de son propre intérêt était la seule vérité valable, même si cela impliquait de mentir et de manipuler pour y arriver. Ce n'est pas un hasard si la publicité a connu son âge d'or au même moment, la publicité avec ses slogans délirants qui faisaient croire que l'on pouvait laver plus blanc que blanc (transparent ?), ou ces affiches sur lesquelles les hamburgers représentés sont super-appétissants alors qu'ils ressemblent plutôt, sur votre plateau de fast-food, à une vieille semelle bouillie.

En tout cas, je fais le vœu que la jeune génération s'approprie les armes de la rhétorique pour porter dans l'espace public ses convictions, et qu'elle puisse soutenir avec honnêteté et confiance les causes qui sont les siennes.

L'ampleur du dérèglement climatique, des difficultés économiques et l'évidence des mensonges répétés des politiciens et des médias sont telles que notre génération a pris conscience que les techniques de manipulation et de communication ne correspondent pas à la recherche d'authenticité et de sincérité portée par la rhétorique.

J'ai donc ainsi conçu cet ouvrage, en revenant à la source historique de ce qui animait l'art de la rhétorique et de ce qui en a fait toute la puissance à travers les temps : apprendre à forger des idées fortes, dont on croit profondément qu'elles doivent être communiquées, et à les exprimer de manière convaincante.

Quand utiliser la rhétorique ?

Il existe deux contextes qui conduiront à deux manières différentes d'utiliser la rhétorique :

- tout d'abord, les situations dans lesquelles **l'interlocuteur est confronté à une contradiction**, à un ou plusieurs contradicteurs ;
- ensuite, les situations dans lesquelles **il n'y a pas de contradicteurs**.

On peut être confronté à une contradiction dans un cadre délibératif, c'est-à-dire quand un ensemble de personnes se réunit et que chacun exprime à son tour ses idées pour finalement prendre une décision (à l'Assemblée nationale ou dans une assemblée générale de copropriétaires, par exemple). Dans ce cas de figure, chaque idée va être confrontée aux idées des autres et il faut se montrer particulièrement convaincant car d'autres auront sans doute des opinions opposées.

On peut également être confronté à la contradiction quand on mène une négociation : nous sommes face à d'autres personnes exprimant leurs idées. Cependant, à l'inverse du cadre délibératif, le but n'est pas de prendre une décision à la majorité, mais de trouver un consensus ou un compromis. Ce genre de situation peut ne pas se résoudre par un accord : cela change alors la manière dont on exprime ses idées, mais également l'objectif que l'on donne à la conversation, et donc les techniques de rhétorique à utiliser.

Le cadre judiciaire, plus réglé, est également un lieu de confrontation : les différentes parties expriment leur position, leur interprétation des faits, leur avis, et c'est un groupe tiers qui prend la décision finale. À l'inverse du cadre délibératif et de la négociation, il n'est donc pas question de convaincre d'autres personnes participant à la discussion ou de trouver un compromis. On cherche à se montrer plus convaincant que les autres envers une tierce personne qui ne participe pas au débat.

Les situations dans lesquelles on ne se trouve pas face à un contradicteur sont tout aussi variées. Nous pouvons citer le discours d'un homme politique devant ses militants. Cette forme particulière implique des techniques de rhétorique différentes parce que le but

est de renforcer l'opinion d'un auditoire... déjà convaincu et bien souvent de les inviter à l'action en le galvanisant.

Il peut s'agir d'un discours non politique, tel que le discours privé et libre : un éloge funèbre, un discours de mariage ou encore un remerciement professionnel. Ce discours n'appellera jamais de contradictions. Il n'a pas d'autres buts que d'exprimer une opinion, un sentiment à un moment précis, et il n'aura pas réellement de conséquences auprès du public : qu'il soit ou non convaincu ne prête pas à conséquence.

Pour résumer, nous avons donc les situations possibles suivantes : les situations avec contradictions, sans contradiction, les situations délibératives, judiciaires, de négociation, le discours politique et le discours libre. Chacune de ces situations appellera à des adaptations et à des techniques rhétoriques particulières, mais toutes reposeront sur les mêmes fondements détaillés dans cet ouvrage.

Alors, trêve de bavardages, on passe à l'action.

CHAPITRE 1. LES CLÉS DE LA RHÉTORIQUE



« JE SUIS AVOCAT PÉNALISTE. MON MÉTIER,
C'EST DE TROUVER LE BON ARGUMENT, CELUI
QUI VA PORTER, CELUI QUI VA CONVAINCRE. »

Tout au long de sa carrière, Philippe-Henry Honegger s'est employé à trouver comment organiser son discours, captiver son auditoire pour lui faire comprendre son point de vue et le faire adhérer à ses idées.

Dans ce livre pratique, il modernise la rhétorique et vous propose des techniques qui ont fait leurs preuves, adaptées au monde d'aujourd'hui et aux besoins actuels. Il vous donne les clés pour :

- ☀ forger des arguments imparables et des *punchlines* mémorables ;
- ☀ transformer vos convictions et vos émotions en leviers pour convaincre ;
- ☀ bâtir un discours structuré et captivant ;
- ☀ maîtriser le langage non verbal et parler à l'inconscient de votre interlocuteur.

Philippe-Henry Honegger est avocat pénaliste.

Il s'occupe aussi bien de cas de délinquance que d'affaires criminelles. Il intervient régulièrement dans différents médias pour partager ses réflexions sur l'actualité judiciaire.

PRIX : 17,90 €
ISBN : 978-2-8073-4818-9



9

www.deboecksuperieur.com