

PETIT TRAITÉ DE CONTRE- MANIPULATION

Yves-Alexandre Thalmann



Ne vous laissez
plus avoir !

jouvence
EDITIONS

Du même auteur aux Éditions Jouvence

Apprenez à conduire votre cerveau

Petit Cahier d'exercices de pensée positive 2.0

Petit Cahier d'exercices d'entraînement au bonheur

*Petit Cahier d'exercices pour vivre sa colère au positif
Je positive 2.0*

Petit Cahier d'exercices pour surmonter la jalousie

Petit Cahier d'exercices d'efficacité personnelle

Petit Cahier d'exercices pour vivre libre et cesser de culpabiliser

Petit Cahier d'exercices pour voir la vie en rose

Petit Cahier d'exercices de psychologie positive

Rigolothérapie

Au diable la culpabilité !

Tout ce qu'il faut savoir pour bien vivre : Les 4 essentielles

Écoute ce que tu n'entends pas

Catalogue gratuit sur simple demande

ÉDITIONS JOUVENCE

France: BP 90107 - 74160 Saint-Julien-en-Genevois Cedex

Suisse: CP 227 - 1225 Chêne-Bourg (Genève)

Site internet: www.editions-jouvence.com

Mail: info@editions-jouvence.com

© Copyright Éditions Jouvence, 2009

© Copyright Éditions Jouvence, 2017, pour la présente édition

ISBN : 978-2-88911-862-5

Maquette & mise en pages : Éditions Jouvence

Dessin de couverture : Jean Augagneur

Tous droits de traduction, reproduction et adaptation réservés pour tous pays.

Sommaire

Posons le décor	5
Premier acte: Une douce revanche <i>Où l'on apprend à retourner les manipulateurs comme des crêpes</i>	10
Deuxième acte: Les manipulateurs à l'œuvre <i>Où l'on apprend à identifier les techniques de manipulation</i>	27
Entracte: L'éthique dans tous ses états	52
Troisième acte: Rira bien qui rira le dernier! <i>Où l'on apprend à déjouer les stratégies des manipulateurs</i>	59
Prolongation: La manipulation domestique ..	83
Rideau	91
Ressources bibliographiques sur la manipulation	93

Posons le décor

19 h, en semaine. Le téléphone sonne.

— Bonjour, je suis bien chez Monsieur Pigeon ?

— Oui, c'est lui-même.

— Mon nom est Michel. Je représente l'entreprise Man & Pulation, spécialiste en produits naturels. Je suppose que, comme tout le monde, vous faites attention aux produits que vous utilisez.

— Euh, écoutez, cela ne m'intéresse pas.

— Comment ça ! Vous n'êtes pas intéressé par votre santé et votre alimentation ?

— Si, bien sûr, mais je ne veux rien vous acheter.

— Mais attendez, vous ne savez même pas ce que nous offrons. Actuellement, nous faisons une promotion extraordinaire sur des comprimés à base d'algues, un véritable fortifiant 100 % naturel dont l'efficacité a été prouvée scientifiquement. Et vous serez d'accord avec moi, il est nécessaire de donner un petit coup de pouce à son organisme avec la vie stressante que nous menons...

— Oui, mais je ne veux rien commander.

— Je ne vous ai encore pas dit le meilleur. Ce produit 100 % naturel s'inscrit dans une démarche de commerce équitable. Vous êtes sensible, je sup-

pose, aux conditions de travail de pauvres pêcheurs dans les pays les plus défavorisés. Se faire du bien tout en aidant les plus démunis, que demander de mieux ?

— Bien sûr, mais...

— Alors, justement, notre promotion vous permet de recevoir dix boîtes de mille comprimés, au prix exceptionnel de quatre cents euros.

— Non merci, cela ne m'intéresse vraiment pas.

— Vous savez, une telle offre ne se reproduira pas de sitôt. Et si vous vous décidez maintenant, je vous mets une boîte supplémentaire, juste parce que c'est vous et que vous me paraissez bien sympathique.

— C'est bien gentil, mais je n'ai pas d'argent pour cela.

— Et alors, qui dit qu'il faut payer immédiatement ? Notre entreprise est très souple côté paiement. Vous recevez votre marchandise cette semaine encore, et vous commencez à payer dans un mois, par acomptes réguliers.

— C'est intéressant, mais je ne souhaite pas commander.

— Vraiment, je dois encore vous dire que nos produits ne se trouvent pas dans le commerce. Vous aurez beau chercher, vous ne trouverez pas. Nous les réservons à une clientèle triée sur le volet. Savez-vous que de nombreuses vedettes s'approvisionnent chez nous ? C'est quand même le signe que l'on peut nous faire confiance.

— ...

— D'ailleurs, pour ne rien vous cacher, j'en consomme moi-même depuis le début de l'année et je ne me suis jamais aussi bien porté. J'en donne régulièrement à mes enfants. Vous avez des enfants ? Vous souhaitez le meilleur pour eux aussi, n'est-ce pas ?

— Oui, mais non, je...

— Allez, pour la santé de vos enfants et les pauvres pêcheurs du sud !

— Non, malgré tout ça, je ne commande rien.

— Écoutez ! Je suis d'accord que cela fait beaucoup. Voici ce que je vous propose : deux boîtes pour tester notre produit au prix promotionnel de 100 euros.

— Non, vraiment.

— Un petit geste, Monsieur ! Ça n'est pas facile pour moi non plus de gagner ma vie, vous savez...

— Je n'en doute pas. Mais cela ne change pas ma décision.

— Bon, alors tant pis pour vous ! Et surtout, dommage pour vos enfants ! C'était une excellente opportunité de contribuer à leur santé. Mais apparemment, leur santé ne semble pas vous préoccuper. Alors au revoir, Monsieur.

19 h 10. Agacement, frustration, amertume, quelques sentiments de culpabilité. La soirée s'annonce charmante. . .

Vous venez d'assister à un entretien téléphonique tel que des centaines de personnes en subissent journallement. À la différence que celui-ci est par-

ticulièrement élaboré : il contient à lui seul la plupart des techniques de manipulation répertoriées (vous en trouverez l'explication et l'analyse au *Deuxième acte*). À la différence aussi que Monsieur Pigeon n'en a que le nom : il ne se laisse pas influencer, il ne cède pas. Ce qui n'est pas le cas de tout le monde, tant il est vrai que de (trop) nombreux individus se laissent régulièrement séduire par les boniments de ces spécialistes de la manipulation.

Les vendeurs importuns et autres démarcheurs professionnels en ont généralement appris la technique, lors de formations et d'entraînements spécifiques. Le consommateur, lui, est souvent démuni face à cette force de persuasion. Pris à l'improviste, il essaie tant bien que mal de repousser les assauts, tel David devant Goliath. Les armes paraissent assez inégales.

C'est pourquoi il est temps de changer la donne ! Donnons des atouts aux consommateurs pour qu'ils puissent gagner la partie. Tel est le but, avoué et avouable, de ce petit traité de contre-manipulation, qui se joue en trois actes.

Le **premier acte** propose un ensemble de réactions à adopter face à un appel de télévente, ou plus généralement face à toute tentative de démarchage non sollicité. Des plus cocasses aux plus radicales, ces suggestions ne constituent pas des moyens d'améliorer la communication (on ne les trouve pas parmi les outils « classiques » de la communication inter-

personnelle). Elles visent seulement à dédramatiser l'échange avec un vendeur importun, de même qu'à nous inciter à la créativité et à l'originalité pour renverser le rapport de force.

Le **deuxième acte** s'attache à décrypter les techniques de manipulation les plus couramment utilisées par les bonimenteurs. De même qu'une histoire drôle perd son charme lorsque l'on connaît déjà sa chute, une tactique de manipulation perd la plus grande partie de son efficacité lorsque l'on est au courant de son principe de fonctionnement. Si un homme averti en vaut deux, un consommateur averti en vaut bien plus encore (sauf pour le vendeur indélicat bien entendu !).

Après un intermède consacré aux questions d'éthique (par exemple : est-il justifié de manipuler un manipulateur ?), le **dernier acte** dévoile les outils de communication propres à déjouer les tentatives de manipulation, quelles qu'elles soient. Ceux-ci, à la différence de ce qui est proposé dans le premier acte, sont destinés à améliorer la communication dans le long terme. Ils visent clairement à promouvoir le respect et la bienveillance dans les relations et non pas seulement à marquer des points sur un adversaire.

PREMIER ACTE

Une douce revanche

*Où l'on apprend à retourner
les manipulateurs comme des crêpes*

Le télévendeur, le vendeur de rue et le démarcheur à domicile ont toujours un avantage sur le client : ils sont entraînés et ils savent quand ils vont frapper. C'est à eux que revient l'avantage d'ouvrir la partie et donc de dicter leur stratégie. De son côté, le citoyen (que l'on ne peut décemment appeler client, puisqu'il n'a rien sollicité et ne souhaite *a priori* rien acheter non plus), n'a pas été formé pour se défendre face à de telles techniques. Il se retrouve à improviser un rôle qu'il ne souhaite pas tenir. De plus, il est pris par surprise, souvent lorsqu'il s'y attend le moins, quand ce n'est pas carrément dans l'intimité de son logis.

Mais la vente importune présente une faille, que nous allons apprendre à exploiter : elle ne sort pas d'un canevas préétabli. Certes, chaque approche peut paraître quelque peu différente au premier abord, mais en y regardant de plus près, on y décèle toujours les mêmes ficelles, tissées à peine autrement. Les bonimenteurs, si doués qu'ils soient, ne sont pas originaux, car ils suivent des schémas tracés une fois pour toutes : si le client répond « oui » à la question 3, alors il faut énoncer la réplique 5a ; s'il dit « non », il faut se rabattre sur la 5b. Et nul besoin

d'une mémoire exceptionnelle pour pratiquer ce métier : la plupart des télévendeurs ont sous les yeux des papiers leur indiquant exactement ce qu'il faut dire à quel moment.

Les solliciteurs importuns ne trouvent pas de nouveaux arguments au fil de la conversation, ils se contentent de placer ceux qui ont fait leur preuve. D'où notre chance : la moindre originalité de notre part va glisser un grain de sable dans leur mécanique parfaitement huilée, et au final faire capoter l'ensemble de leurs stratégies.

Vous trouverez dans les pages suivantes des répliques capables de prendre de court même les vendeurs les plus aguerris. Mais attention : ces réparties ne sont en aucun cas des outils de communication au sens propre du terme, car elles ne sont pas destinées à améliorer les relations interpersonnelles. Ce sont des mini-scénarios pour clouer le bec aux importuns, dans un esprit de douce revanche pour tout le temps et l'argent que nous avons déjà perdus avec leurs semblables (les vrais outils de communications se trouvent décrits dans la troisième partie).

Si vous n'appréciez pas les jeux de rôle, que vous n'avez pas l'âme ou la trempe d'un acteur, cela n'a pas d'importance. Lisez les suggestions suivantes pour le seul plaisir d'imaginer les réactions interloquées de vos interlocuteurs. Et pensez que ces séquences ont bel et bien eu lieu dans la réalité. Douce vengeance...

1. Y a l'téléphon qui son, mais y a person qui y répond !

Il n'y a pas plus simple : ne prenez pas les appels inconnus ! À l'heure actuelle, la plupart des appareils téléphoniques affichent le numéro de l'appelant. Dans le doute, laissez sonner. Si c'est important, le correspondant laissera un message sur la boîte vocale. De plus, il est très fréquent que les sociétés de télévente occultent volontairement leur numéro, ce qui entraîne l'apparition de l'indication « inconnu » sur votre appareil. Établissez alors l'équation « inconnu » = « pas répondu ».

De même, dans la rue, n'acceptez pas d'entrer en conversation avec un inconnu : opposez un « non » ferme avant même que l'importun ait eu le temps d'amorcer le dialogue.

2. La seconde de vérité

Les sociétés de télévente recourent de plus en plus à des systèmes informatisés pour composer les numéros d'appel. Si c'est le cas, vous entendez un petit bip à l'autre bout du combiné au moment où vous décrochez. C'est le signal pour vous qu'il faut raccrocher sans plus attendre. Vous en conviendrez, aucun de vos amis ne dispose d'un tel système d'appel, ce qui réduit les risques d'erreur à environ zéro !

Il se peut aussi que, une fois le combiné décroché, vous entendiez une charmante voix digitale vous annoncer : « ne quittez pas, nous recherchons votre correspondant ». Là aussi, aucun doute : raccrochez

avant de perdre davantage de temps. On vous appelle et ce serait à vous d'attendre ? Non mais, de qui se moque-t-on !

3. La parole est d'argent, mais le silence est d'or

Pourquoi ne pas tout bonnement se contenter de garder le silence, une fois votre interlocuteur identifié comme un vendeur importun ? Est-ce malpoli ? Certes ! Mais l'est-ce plus que de déranger une personne qui n'a rien sollicité ? Comme tout ce que vous dites pourra être retenu contre vous, le silence offre un bouclier efficace. Quoi de plus pathétique que ces « allô, allô, y a quelqu'un ? » d'un manipulateur ne trouvant aucune proie à harponner à l'autre bout de la ligne !

4. « Moi pas comprendre français. »

Cette réplique se joue d'autant mieux que vous pouvez imiter un accent étranger. Elle amène un arrêt de la conversation par manque d'un langage commun. Si vous maîtrisez une autre langue, n'hésitez pas une seconde à l'utiliser avec l'indélicat pour couper court à la communication. Auriez-vous imaginé apprendre une langue étrangère afin de rendre un dialogue impossible ?

— Bonjour, je suis bien chez M. Pigeon ?

— Sprechen Sie deutsch ?

— Vous ne parlez pas français ?

— Ich verstehe Sie nicht...

— Alors veuillez m'excuser. Au revoir.