



Les Cercles de Progrès
France

Dimanche 11 Octobre 2015

« Pouvoir de persuasion en négociation et pouvoir de la force mentale au travers des principes de l'illusionnisme »

Jacques H.Paget – 11 octobre 2015 Inter Clubs - Barcelone

- **La vie du Cercle du Pastel**

Une grande partie des membres du Club de Toulouse et leurs conjoints se sont retrouvés à Barcelone, pour ce 1^{er} week-end Inter Clubs, qui a eu lieu à Barcelone, les 10 et 11 Octobre 2015, en présence également d'une quarantaine de membres et conjoints des Cercles du Progrès Maroc, venus de Casablanca.

Ce sont donc environ 65 participants qui ont partagé des moments conviviaux avec l'opportunité de mieux se connaître pendant 2 jours.

Samedi, une chasse au trésor a été organisée pour faire découvrir la ville de Barcelone, permettant de créer une mémoire collective. 8 équipes de 7 à 8 personnes ont arpenté cette cité chargée d'histoire, avec des énigmes à résoudre dans différents lieux du Barcelone gothique. Le Road Book ainsi que les réponses sont jointes à ce CR.

Dimanche, Jacques H.Paget, illusionniste, a animé une journée mêlant théorie et numéros de close-up, afin d'illustrer que l'art de persuader n'est pas un don, mais repose bien sur des techniques particulières.

- **L'intervention de Jacques H.Paget**

Avocat de formation, rompu aux méthodes de l'illusionnisme, Jacques Paget s'est formé à la psychologie de la persuasion au travers des approches pratiques de cette discipline. Il est l'un des meilleurs spécialistes du « close-up », méthode permettant de présenter des effets à quelques centimètres des yeux et fondée essentiellement sur la psychologie.

Il conseille de nombreux dirigeants d'entreprises en leur enseignant les principes psychologiques de la négociation et participe à de nombreux colloques et séminaires, également à l'international. Pour lui, il existe un art de la persuasion, et les méthodes utilisées par les illusionnistes sont transposables et applicables dans la vie quotidienne, afin de permettre à tous de convaincre et de réussir.

Toute personne dont l'activité vise à développer un argument commercial, politique, juridique dans un le cadre d'une présentation de produit, d'une négociation, d'un débat, d'une plaidoirie, peut avoir utilement recours aux principes exposés par Jacques Paget lors de cette séance extra-ordinaire.

Oui, l'illusionnisme est un domaine privilégié de la psychologie de persuasion, et nous en avons eu la preuve ce dimanche 11 Octobre à Barcelone, réunis pour la 1^{ère} fois en Inter Clubs France et Maroc.

Rappel par Jacques H.Paget : toute découverte sur terre suscite 3 étapes

- l'apriori ridicule
- la peur
- l'évidence

La journée s'est déroulée en 3 temps, ponctuée par des numéros de « close-up » (plan rapproché) illustrant le pouvoir de l'illusion de façon spectaculaire.

- L'évolution historique de l'illusionnisme et les origines de la persuasion
- Les 5 principes psychologiques/paramètres qui gouvernent l'art de la persuasion



- La force mentale et ses 6 principes fondamentaux

■ Introduction - Retour sur l'histoire de l'illusionnisme

Les méthodes de l'illusionnisme sont issues d'idées venues des Etats-Unis et apportées en Europe par un avocat international de Madrid, Arturo de Ascanio, au début des années 1960. Elles se sont répandues de façons confidentielles en France, car l'image était trop en lien avec la « tricherie ».

Mais l'illusionnisme est une activité ancestrale qui a connue de nombreuses évolutions et applications.

Etonner pour divertir va progressivement devenir une activité artistique à part entière au XIX^e siècle, notamment sous l'influence du français Jean-Eugène Robert-Houdin, qui a mis au point des numéros fondés sur de nouveaux principes, comme la « double vue » qui deviendra la transmission de pensée.

Durant la 1^{ère} moitié du XX^e siècle, l'engouement pour l'illusionnisme est très important et des artistes américains comme Horace Goldin invente en 1931 le célèbre tour de la femme sciée en deux.

A partir de 1950, le développement du cinéma et de la télévision entraîne une disparition progressive des salles de spectacles et des théâtres.

Il y a donc un bouleversement des techniques des illusionnistes qui se retrouvent au plus près de leur public, et le détournement de l'attention devient impossible. Plus de numéros reposant sur l'utilisation de miroirs, de caisses à double fond ou de trappes, le public est partout.

Beaucoup d'artistes renoncent à exercer, jusqu'à ce qu'un jeune magicien américain Dai Vernon, propose le postulat suivant :

« Si nous ne pouvons plus truquer le matériel, truquons le raisonnement des spectateurs »

Comment ? : par la psychologie, qui va « égarer » le raisonnement du spectateur.

Dorénavant, **ce n'est plus l'œil qui est trompé, mais le cerveau.**

On peut situer la naissance de la psychologie à la découverte de la psychanalyse par Sigmund Freud, en 1920. A partir de la psychanalyse, on a commencé à s'intéresser aux mécanismes du raisonnement, voire à son détournement.

En illusionnisme, l'apport de la psychologie a été une révolution et a marqué un progrès fondamental, tout en gardant son objet social et 2 contraintes :

- faire admettre l'inadmissible à des gens doués de raison
- avec l'exigence de la garantie du résultat à 100%

Aujourd'hui, les numéros réalisés à quelques dizaines de centimètres des spectateurs sont basés à :

- 95% sur des principes psychologiques
- 5% sur des principes techniques (l'habileté et les trucs) qui doivent réussir à 100%

Entre 1950 et 1970, 3 américains vont enrichir les aspects théoriques et pratiques de la psychologie appliquée :

- Tony Slydini établira les bases du détournement d'attention
- Albert Goshman celles du timing dans le rapport verbe-geste
- Et Edward Marlo celles du détournement de raisonnement.



Les Cercles de Progrès France

Parlons maintenant de persuasion, car c'est bien de cela qu'il s'agit également : l'illusionniste ne fait rien de miraculeux : il est incapable de deviner les pensées d'un spectateur. **Il est seulement capable de faire croire qu'il le peut !** Et c'est ce talent de persuasion qui constitue le véritable pouvoir des illusionnistes.

Il faut faire un détour par l'origine de la négociation, qui à ses débuts, consistait à faire appel à des représentants pour défendre ses propres intérêts. La négociation a débuté avec l'abolition des armes.

La négociation individuelle n'est apparue qu'après la 2^{nde} guerre mondiale. On enlève les armes, donc on a l'obligation de s'entendre.

La négociation c'est la fin des pourparlers.

Les illusionnistes négocient avec leur public pour leur faire admettre que ce qu'ils font les étonne. Mais il ne s'agit pas de manipulation mentale, car pour pouvoir manipuler quelqu'un, il faut le connaître, tout comme son levier psychologique.

Or les illusionnistes se posent la question : comment manipuler les gens sans les connaître ?

Car il faut garder à l'esprit la règle suivante :

On ne connaît personne, ni soi-même. Illustration par « Connais toi toi-même, et tu connaîtras l'univers et les dieux », inscription au seuil du temple d'Apollon à Delphes.

Cela prouve que la négociation des illusionnistes est basée sur le comportement et que l'on est bien sur un aspect psychologique puissant car en rapport avec les sciences humaines.

De plus, tout être humain a un esprit critique, pour protéger ses intérêts.

Les illusionnistes doivent surmonter et contrôler l'esprit critique des spectateurs. Les créateurs de l'illusionnisme aujourd'hui sont très intelligents et très pragmatiques, arrivant à faire disparaître l'esprit critique de ceux qu'ils souhaitent convaincre.

Il s'agit du même phénomène pour vendre tout produit : si le produit est bon, cela ne suffit pas à ce qu'il se vende. En entourant la technique de psychologie, on se donne 100% de chance que cela marche.

Les illusionnistes ont trouvé des règles universellement efficaces pour lutter contre l'esprit critique qui régit toute relation entre deux individus, quel qu'en soit le propos. Négocier est en partie un combat, mais pas seulement. C'est également un carrefour d'intérêts.

Et la négociation commence avec l'esprit critique. Les arguments viennent en renfort, et le travail de l'argumenteur consiste à faire en sorte que l'esprit critique ne puisse venir s'accrocher à aucune paroi.

Car l'interlocuteur cherche des prises sur cette paroi pour s'y appuyer, voire la démolir, et démontrer qu'elle n'était pas assez solide pour constituer une fondation.

D'où l'expression : faire tomber une argumentation.

Avant de maîtriser l'esprit critique d'un interlocuteur, il faut se méfier de nos propres sens, car leur place est éminemment importante dans la construction d'un raisonnement. Il convient d'être particulièrement vigilant vis-à-vis des *a priori* et des réflexions que nos sens font naître en nous.

« Il n'y a pas de mauvais tours et de bons tours : il n'y a que des tours bien ou mal présentés » disait Dai Vernon.

Transposés à la négociation, on peut donc dire « il n'y a pas de bons ou de mauvais contrats, il n'y a que des contrats bien ou mal négociés ».

Dans notre existence, l'important n'est pas ce que l'on propose, mais la manière dont nous le proposons.

Par conséquent, amener progressivement le contradicteur à relâcher son esprit critique devient possible par l'application de mécanismes qui vont permettre de gérer l'analyse intellectuelle de vos auditeurs. **Il s'agit de mettre en place un bouclier psychologique,** autour duquel les intérêts doivent être respectés et protégés entre les différentes parties.



Quels sont les 5 principes fondamentaux dans la communication relationnelle qui gouvernent l'art de la persuasion par le contrôle de l'esprit critique ?

▪ Les 5 principes psychologiques de l'art de la persuasion

Les principes exposés sont classés par ordre d'utilité et de facilité pour leur mise en pratique. Il découlent les uns des autres et sont interdépendants. Possibilité de les utiliser séparément, mais pour obtenir un impact maximal, il est préférable de les mixer.

Le silence, le calme, le doute, la cohérence, le coefficient de sympathie

1. Le silence

Lié à l'étymologie du mot négociation *Non Negotium* : pas de loisir, pas de détente. Le royaume du non ego ou tout est pour l'autre, rien pour soi, car c'est le client qui fait le résultat. Jamais le JE, l'égo doit rester sous silence et disparaître, être en retrait de telle sorte que l'esprit critique n'ait plus de prise. Seule la matière est fournie au client, et c'est lui seul qui est investi dans la négociation.

Comment mettre son ego sous silence :

- Eviter de faire plus de bruit que les autres.
- Eviter de mettre dans la proposition ce que vous êtes, et ne pas livrer d'informations sur soi
- Ne jamais se justifier de façon préventive.

Le vide s'installe et l'esprit humain (qui a horreur du vide) le remplit avec une faculté d'extrapolation.

« Lorsque le sage montre la lune, l'imbécile regarde le doigt » Lao Tseu

Le fait d'extrapoler devient bénéfique pour vous puisque cela peut conduire votre interlocuteur à une déduction contraire à la réalité de ce que vous êtes ou de ce que vous dites.

La faculté d'extrapolation d'un individu permet de créer une équivoque qui peut vous être bénéfique.

Cette faculté surgit vers l'âge de raison.

L'extrapolation est basée sur du concret et du réel, être intelligent c'est savoir extrapoler sur le tangible, mais on peut déborder en extrapolant sur de l'intangible. 1^{ère} étape l'illusion, puis la folie, puis le dérèglement mental et la névrose.

« On ne peut pas étonner un con » souligne Jacques H.Paget.

Extrapoler sur l'intangible est une prémisse de la paranoïa « j'ai l'illusion de penser que... »

Freud avait compris qu'il fallait vider le cerveau pour tenter de soulager les souffrances cérébrales. Les pensées qui nous animent viennent du vécu, du ressenti d'autrui.

Si les vedettes du show business ont souvent recours aux drogues, c'est pour se vider l'esprit, et soulager la pression née de l'attente de la performance.

L'illusionniste ne peut pas se droguer ! et doivent être plus forts que les autres.

La méditation permet de soulager la souffrance mentale et de retrouver une simplicité cérébrale sans extrapolation.

Les illusionnistes américains ont cherché des moyens pour éviter au cerveau de se remplir de pensées néfastes, inutiles. Pour ne pas céder à la pression de l'enjeu, ils décident de former l'esprit à résister à cette pression. Plus l'enjeu est élevé, puis on devient fou par extrapolation de l'intangible, généralement par l'évocation des autres. Jacques H.Paget nous recommande le film « Le trésor de la Sierra Madre » de John Huston, avec Humphrey Bogart, qui illustre parfaitement ces propos.



Les Cercles de Progrès France

Durant 1 an, ils forment le cerveau à résister à l'extrapolation, car c'est bien le cerveau qui commande le corps.

Exercice : subir un face à face avec un individu qui vous regarde fixement. Répéter l'exercice tous les 8 jours, sur une année. On apprend à ne plus extrapoler les pensées de son vis-à-vis. Petit à petit, les phénomènes physiques liés à cet exercice disparaissent : fous rires, mains moites, fourmillements.

Le but est d'apprendre à ne pas extrapoler, à raisonner sur du tangible, à ne plus distordre la réalité et à contrôler ses pensées. Les illusionnistes doivent avoir cette force de caractère : Le secret. Et le silence permet de renforcer la valeur du secret.

N'oubliez jamais cet adage, aime à rappeler Jacques H.Paget « Plus on reste secret, plus on est attirant... Quel que soit l'âge... » Un grand principe de séduction !

Les autodidactes n'extrapolent pas (ex : Steve Jobs)

Celui qui négocie ne doit extrapoler AUCUNE attitude sur l'autre

Mais le monde est fondé sur l'irrationnel. Et grâce à l'enseignement et l'expérience, on a le sentiment d'être assez intelligent pour tout comprendre.

Pour garder sa créativité, libérons notre pensée et arrêtons de penser qu'il faut pouvoir tout expliquer.

L'électricité par exemple a été découverte en observant le poisson torpille, mais on ne sait toujours pas comment il produit cette électricité...

Approfondir l'irrationnel conduit à de grandes découvertes, mais gardons à l'esprit de ne pas trop extrapoler sur de l'intangible pour ne pas devenir fou !

Le silence est donc le 1^{er} facteur de mise en confiance pour être convaincant, le second est le calme, qui fait souvent défaut et réveille la vigilance de l'autre.

2. Le calme

Ce n'est pas d'être calme qui compte, mais d'en donner l'apparence. En matière de persuasion psychologique, rien n'a besoin d'être réel, il suffit d'être apparent.

Le calme rassure, les mouvements lents évoquent l'équilibre et la stabilité. La lenteur est en principe mieux ressentie que la nervosité.

Il peut être difficile de contrôler intérieurement nos émotions, mais il est possible de donner extérieurement une impression de sérénité. En premier par le comportement et en second par la voix. Toute forme d'énervement est la manifestation d'un trouble. Il convient de s'exercer à parler lentement, tout en surveillant les réactions de l'auditeur.

3. Le doute

Il est naturel d'en avoir !

Mais le doute est le terrain privilégié où se développe l'esprit critique, véritable système d'alarme de l'individu.

Ne pas oublier que les relations humaines sont fondées soit sur la confiance, soit sur la méfiance. Si la méfiance est toujours présente, la confiance s'acquiert par l'émission d'informations rassurantes.

Il ne faut jamais avoir de doutes sur la survenance des résultats que l'on attend de la confrontation.

Si une question pertinente nous déstabilise, renvoyer le doute comme un boomerang (Mad Max). Pour garder l'autre dans l'intérêt de la négociation, pour ne pas le faire fuir, il vaut mieux



Les Cercles de Progrès France

ne pas répondre à la question, cela permet de « déplacer » le doute. Souvent, la personne reformule la question dans le sens où elle aimerait obtenir la réponse.

- Tant qu'il y a des doutes, il y a de l'intérêt. C'est la certitude qui crée le désintérêt
- Dans le doute, abstiens-toi. Plus d'esprit critique

Le but d'un bon négociateur ou d'un bon illusionniste doit être de parvenir à faire douter l'autre de son propre doute.

Il faut laisser les clients dans le doute : pour sortir du doute, ils seront tentés de signer le contrat.

Le doute est une arme de négociation.

4. La cohérence

L'esprit critique cherche l'incohérence. A tel point que si un client trouve un point qui ne convient pas dans une proposition, il peut tout laisser tomber !

Les idées fortes sont la proposition principale, les idées annexes sont les propositions relatives. Ce qui permet à l'esprit critique de détruire une proposition, c'est sa relativité. Pour faire des propositions inattaquables, il ne faut que des propositions absolues. Ne mettre qu'un point, une information par phrase. Une information unique ne peut qu'être validée et doit amener l'interlocuteur à acquiescer.

« on ne prend jamais une affirmation pour vraie tant qu'on ne l'a pas vérifiée cinq fois » (Kant, critique de la raison pure)

A retenir :

- Ne donnez jamais la totalité des raisons à la base de vos motivations
- N'essayez jamais de vous justifier « nos justifications marquent nos limites »
- Ne chercher jamais à prouver
- Moins vous en direz et plus vous donnez le sentiment d'être dans le vrai
- Moins vous paraîtrez évident, plus vous conserverez un mystère qui renforcera votre charme

5. Le coefficient de sympathie

Nous vivons dans la séduction. Il faut plaire. Or à vouloir être trop sympathique, on déplaît.

Il faut travailler sur le principe qu'on ne cherche plus à plaire. Ce que l'interlocuteur attend, c'est que l'on prenne en considération sa problématique. Il faut résister à la tentation de plaire, de faire du charme, pour ne pas paraître trop flatteur.

Ce 5^{ème} principe pourrait s'appeler aussi « l'art de ne pas déplaire ». Ce que l'on veut faire savoir de soi-même ne doit pas être exposé d'emblée, ni dit, ni montré, mais doit être découvert par l'autre. Il faut garder une attitude plus fermée.

Un médecin donne le sentiment qu'il ne prend pas votre mal à la légère, mais en même temps garde une distance, sans manifester une sympathie excessive.

Si quelqu'un vous demande : « comment allez-vous », retournez lui la question, Et vous ?

Jouer sur le coefficient de sympathie, c'est savoir susciter chez l'autre la confiance ou le besoin de ne pas agresser.

Tous ces conseils ne valent que s'il y a un enjeu sur la table, dans un contexte de négociation.

Mais il existe une nouvelle arme, qui permet d'appliquer parfaitement les techniques du pouvoir de l'illusion, et que l'on pourrait aussi appeler force de résistance à tout ce qui



viendrait nous perturber dans une situation importante et donc stressante, il s'agit de la force mentale.

▪ Les 6 principes de la force mentale

La force mentale est la capacité à résister à l'oppression et aux inquiétudes que l'environnement social ou matériel peut faire ressentir à l'humain. Il est possible d'être mentalement plus fort, et être armé pour avoir l'équilibre permettant de résister aux multiples tentations, parfois destructrices que l'existence laisse entrevoir ou proposer.

Apprendre à ne pas succomber à l'échec, mais en tirer des leçons, car l'échec est la meilleure façon d'apprendre (Cas de Steve Jobs)

Cela passe par l'étude d'un domaine particulier et encore méconnu : le mentalisme.

Discipline née aux USA, créée et développée au sein de l'univers des illusionnistes, il s'agit de travailler sur le mental directement, **de comprendre les moyens de renforcer la résistance de notre esprit en développant nos facultés cérébrales.**

L'objectif doit être ciblé, et l'on doit savoir à l'avance ce que l'on veut obtenir. L'objectif est atteint quoiqu'il advienne, pas de plan B. Il faut « conduire » avec l'autre (son interlocuteur) sans le faire soi-même, et focaliser l'esprit sur l'objectif. Parfois, on ne peut pas faire les choses aussi vite que l'on pourrait l'espérer.

L'acquisition d'une force mentale permet d'éviter les pièges, et il existe 6 grands principes pour acquérir et consolider notre force mentale.

1. Maîtriser le temps

Ne pas chercher à aller trop vite. Plus on va lentement et plus ça ira vite car le temps est nécessaire à la survenance de certains événements. L'importance de la « décomposition » des tâches, montrer la manœuvre (idem dans le management). Tout cerveau humain a besoin de temps

2. Ne pas vouloir parler à tout prix

Il s'agit de résister à la tentation de se faire entendre. En situation de difficulté, notre voix et les paroles exprimées sont des indicateurs implicites extrêmement révélateurs de notre faiblesse mentale. Il s'agit de ne pas trahir sa fragilité dans la façon de s'exprimer. Pas d'empressement à répondre. On pourrait dire d'une manière générale, surtout quand ça va mal « le faible s'exprime, le fort sait se taire »

3. Ne pas chercher à avoir raison

Toujours rester prudent sur le fait d'être sûr de soi !

Gardons en tête la réplique de Michel Audiard, qui illustre si bien que la bêtise est de ne jamais douter de rien « les cons, ça ose tout, c'est même à cela qu'on les reconnaît » (*Les Tontons Flingueurs*)

La tempérance est un équilibre.

Un conseil : Quand on vous demande votre avis, donnez en réalité à l'autre ses propres idées, mais n'exposez pas les vôtres. Essayez donc dans la mesure du possible de connaître les idées de l'autre avant d'exposer les vôtres.

4. Garder la tête droite

Ne pas secouer la tête en parlant ni l'incliner de droite à gauche en exprimant des idées dont nous ne sommes pas sûrs à 100%. Cela révèle implicitement un état de doute intérieur,



révélateur d'une fragilité. Personne n'aime ressentir le doute chez quelqu'un puisque cela lui renvoie la sensation de ses propres doutes.

5. Ne pas se montrer impressionné

Ne jamais se laisser écraser par la beauté d'un lieu, d'un contexte, ou par l'apparence de personnes. Toujours estimer et penser que ce qui nous en impose est le minimum de ce que l'on mérite. Si quelque chose ou qu'un vous impressionnent, montrez vous plus impressionnant. Adopter une attitude de dignité, en vous tenant droit.

Quel est le meilleur moyen de laisser penser que l'on domine une situation ?

En évitant tout emportement et toute colère, et par le recours à la politesse et la courtoisie.

6. Ne pas chercher à s'imposer

Il est utile et important de savoir créer du vide en laissant la place aux autres.

Plus on s'oublie en présence des autres et plus ces autres vous apprécient, paradoxalement, beaucoup pensent que pour se faire remarquer, il faut parler fort et se manifester !

En présence de personnes qui pourraient nous mettre sous une pression quelconque, on doit éviter de tout ramener à soi. C'est dans ce genre de situation que la force mentale trouve tout son intérêt également.

○ Votre évaluation

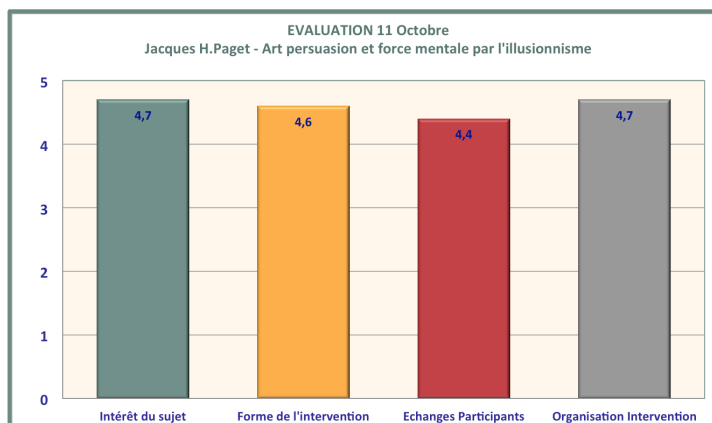
Une journée qui aura certainement marqué chacun d'entre nous, de manière différente, mais avec le sentiment d'avoir beaucoup appris sur ces mécanismes psychologiques, exposés par un expert brillant, au point vu tout à fait original.

Nombreux d'entre vous pensent que ces principes devraient être connus et maîtrisés par ceux qui nous dirigent, non pour nous dominer et nous écraser, mais pour nous protéger. Mais l'illusionnisme n'est toujours pas enseigné !

Je cite Jacques H. Paget en conclusion de son livre « le Pouvoir de la force mentale » :

Reste au fond de la boîte de Pandore un dernier élément : Celui nécessaire pour que votre force mentale soit complète : l'espérance.

Aussi, permettez-moi d'espérer que cette force mentale, ainsi parfaite, soit toujours vous !



Jacques H. Paget est l'auteur de 2 livres :

- Le pouvoir de l'illusion, apprendre à convaincre et à négocier (Chez Plon, + en Livre de Poche)
- Le pouvoir de la force mentale, les clés d'un moral d'acier (Chez Plon)

Prochaine rencontre, le Mardi 17 Novembre 2015 à Balma.

Journée animée par Alain Simon, géopoliticien sur le thème
« Quand l'actualité écrit une page d'Histoire »