

LES ESSENTIELS

Écrire un discours

Manuel pratique à l'usage de l'élu ou de sa plume

3^e édition

Alexandra Fresse-Eliazord

Plume, coach et consultante
en communication

territorial éditions



Écrire un discours

Manuel pratique à l'usage de l'élu ou de sa plume

Le discours est un exercice récurrent, voire quotidien, des élus. Du discours d'inauguration au discours de campagne, la rédaction demande à la fois rigueur et imagination. De la rigueur dans la forme, de l'imagination dans l'art de toucher l'auditoire et de le faire adhérer à ses idées, ses arguments, ses valeurs.

Savoir écrire des discours n'est pas inné. Si certains sont plus à l'aise que d'autres dans l'écriture ou la prise de parole, il existe des règles simples et des outils qui permettent de vaincre l'angoisse de la page blanche, puis de ne pas se perdre en chemin, quelle que soit la facilité de départ. Et surtout, se donner quelques repères permet de gagner du temps !

Cet ouvrage propose une méthode pour parvenir à faire passer le message voulu à son auditoire. Il s'adresse tant aux élus qu'à leurs « plumes », ces collaboratrices et collaborateurs chargés de l'écriture de leurs discours. Passant en revue les différentes situations, il s'appuie sur les règles de la rhétorique antique autant que sur les analyses les plus récentes du discours politique, et sur l'expérience de ceux qui, au quotidien, manient le stylo ou le clavier pour convaincre.

Cette troisième édition fait le point sur l'évolution des pratiques, que ce soit dans la tonalité des discours ou dans les outils mobilisables, comme l'Intelligence artificielle générative.



Alexandra Fresse-Eliazord est coach et consultante en communication. Elle accompagne à l'écriture et à la prise de parole en public, notamment en tant que formatrice pour les élus locaux. Diplômée de Sciences Po Paris, elle a été conseillère chargée des discours du président de la région Pays de la Loire pendant 3 ans. Elle a aussi été journaliste, chargée des relations publiques d'une fédération de grandes écoles et responsable communication d'une start-up. Elle est administratrice de *La Guilde des Plumes*, association des professionnels de l'écriture « avec et pour les autres ».

LES ESSENTIELS

boutique.territorial.fr

ISSN : 2553-5803

© Aodsy/adobeStock.com



9 782818 623671

territorial éditions

LES ESSENTIELS

Écrire un discours

Manuel pratique à l'usage de l'élu ou de sa plume

Alexandra Fresse-Eliazord

Plume, coach et consultante
en communication

territorial éditions

Référence TBK 263A



**Vous souhaitez
nous contacter
à propos de votre ouvrage ?**

C'est simple !

Il vous suffit d'**envoyer un mail à :**
service-client-editions@territorial.fr
en précisant l'objet de votre demande.

Pour connaître l'ensemble de nos publications,
rendez-vous sur notre boutique en ligne
boutique.territorial.fr

Avertissement de l'éditeur :

La lecture de cet ouvrage ne peut en aucun cas dispenser le lecteur
de recourir à un professionnel du droit.

Nous sommes vigilants concernant les autorisations
de reproduction et indiquons systématiquement
les sources des schémas, images, tableaux, etc.

Pour toute demande de modification, mise à jour
ou suppression d'un élément au sein de cet ouvrage,
merci de contacter les éditions Territorial.

 <p>DANGER LE PHOTOCOPIAGE TUE LE LIVRE</p>	<p>Il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement la présente publication sans autorisation du Centre Français d'exploitation du droit de Copie. CFC 20, rue des Grands-Augustins 75006 Paris. Tél. : 01 44 07 47 70</p>
---	---



© Groupe Moniteur, Gentilly

Territorial Éditions - CS 70215 - 38501 Voiron Cedex - Tél. : 04 76 65 71 36
ISBN : 978-2-8186-2367-1 – ISBN version numérique : 978-2-8186-2368-8
Imprimé par Neoprint, à Bourgoin-Jallieu (38) - Janvier 2026
Dépôt légal à parution

Sommaire

Préface à la troisième édition	p.9
Introduction	p.11

Partie 1

Un discours porte un message

Chapitre I

Les différentes occasions de faire un discours	p.17
A - Prises de parole les plus fréquentes	p.17
1. Les prises de parole classiques	p.17
2. Autres prises de parole	p.19
B - Quel ton pour quel type de manifestation ?	p.20
1. Mettre en avant un consensus	p.20
2. Susciter le débat	p.21
3. Persuader, convaincre	p.21
4. Se positionner	p.22

Chapitre II

Un préalable : le message	p.23
A - Un discours = un message	p.23
1. Un discours n'est pas un exposé	p.23
2. Le contexte et l'auditoire : dans quel cadre et à qui s'adresse-t-on ?	p.27
B - Mettre un moteur dans son discours	p.31
1. Définir un objectif	p.31
2. Les moments du mandat et la répartition des rôles	p.32

Partie 2

Construire le discours : une question de méthode

Chapitre I

De la rhétorique classique à l'écriture informative p.39

A - L'architecture du discours p.39

1. D'Aristote à nos jours p.39

2. Exemples p.40

B - Comment appliquer des règles de l'écriture informative p.46

1. Similitude et différence avec l'écriture informative p.47

2. Les règles applicables p.48

Chapitre II

Aspects pratiques p.51

A - Difficultés et solutions pour chaque partie du discours p.51

1. Avant le développement p.51

2. Le « plat principal » : le développement p.53

3. Après le développement : la conclusion et la chute p.54

B - Questions pratiques p.55

1. Discours rédigé ou « éléments de langage » ? p.55

2. Quand faire une annonce dans un discours ? p.57

3. Comment remercier des partenaires ? p.58

Partie 3

Avoir du style, avoir son style

Chapitre I

L'impératif de clarté : comment se faire comprendre ? p.65

A - Le choix des mots p.65

1. Le juste mot p.65

2. Questions de vocabulaire p.67

B - Syntaxe : de la phrase au paragraphe p.70

1. Des phrases simples et adaptées à l'oral p.70

2. Paragraphes p.71

Chapitre II

Figures de style pour donner à voir et à sentir p.75

A - Toucher l'auditoire p.75

1. Parler avec des images p.75

2. Des figures pour présenter une idée p.77

B - Accrocher et tenir l'auditoire : une question de rythme	p.78
1. Rythmer le propos	p.78
2. Sonorités et silences : le discours comme mélodie	p.79

Chapitre III

L'unité du discours : cohérence et « bonne distance »

A - Les références et l'imaginaire commun	p.81
1. Le champ lexical	p.81
2. De l'usage des citations	p.82
B - Faire sourire et surprendre	p.83
1. Le maniement de l'humour	p.83
2. Le sens de la formule	p.84
C - Le recours à l'émotion : efficace et controversé	p.85

Partie 4

Quel type d'argumentation en quelle occasion ?

Chapitre I

Les différents types d'arguments : où placer le curseur ?

A - Réduire ou augmenter la distance avec l'auditoire	p.89
1. Quatre familles	p.89
2. Du jeu de proximité à l'argument d'autorité	p.90
B - Négocier la distance avec les adversaires politiques	p.91
1. L'intégration	p.92
2. La question de la légitimité	p.92
3. Le choix de l'autorité	p.93
C - Argumenter, oui, mais dans quel ordre ?	p.93

Chapitre II

Séduction et clarté : sophiste ou géomètre ?

A - Petit détour par l'Antiquité	p.95
1. Les sophistes et la multiplicité des points de vue	p.95
2. Platon, le géomètre et la vérité	p.96
3. Aristote, une synthèse ?	p.96
B - Du dix-neuvième siècle à aujourd'hui	p.97
1. Deux approches qui perdurent	p.97
2. (Re)gagner la confiance des citoyens	p.97
3. Ne pas laisser	p.99
4. Considérer : attention à l'usage de l'IA	p.99

Chapitre III

Différents « modes d'ancrage » du politique	p.101
A - Le « je » et le « nous »	p.101
B - Du vécu partagé à l'utopie visée	p.102
1. Point d'appui et lieu commun	p.102
2. L'apport des sciences du langage	p.103

Partie 5

Les métiers de « plume »

Chapitre I

L'écriture comme métier, « plume » comme fonction	p.109
A - Ce qu'on attend de la plume	p.109
1. Quel profil ?	p.109
2. Deux missions principales	p.113
B - Le travail de préparation	p.114
1. Rappel des cinq étapes	p.114
2. Comment recueillir l'information adéquate ?	p.115
C - Valoriser le discours en ligne	p.116
1. Plume numérique : pour relayer le discours	p.116
2. Surveiller les relais d'opinion	p.117

Chapitre II

Le travail avec l' élu	p.119
A - Les différents types d'élus	p.119
1. Les types d'orateurs	p.119
2. La vie numérique de l' élu	p.120
B - Personnaliser le discours ?	p.121
C - Aspects pratiques	p.123
1. Les questions à se poser	p.123
2. L'outil informatique : avantages et tentations	p.123
3. Autres travaux de plume possibles et attendus	p.127

Conclusion	p.131
-------------------------	-------

Annexes

Annexe I

Un exemple de discours mis en forme : inauguration du Technocampus EMC2, discours prononcé par Jacques Auxiette, président de la région Pays de la Loire, le 21 septembre 2009	p.135
---	-------

Annexe II

Trois discours pour s'inspirer	p.141
Discours de François Ruffin du 8 mars 2018 sur les femmes de ménage, à l'Assemblée nationale	p.141
Discours de Christiane Taubira : « La traite et l'esclavage sont un crime contre l'humanité », à l'Assemblée nationale, le 18 février 1999	p.145
Le discours de Steve Jobs aux étudiants de Stanford, lors de la remise des diplômes, le 12 juin 2005	p.149

Préface à la troisième édition

Lorsque j'ai réalisé la première édition de ce manuel, en 2011, j'écrivais en me basant sur mon expérience de trois ans à l'écriture des discours d'un président de région. Pour élargir mon horizon, j'avais interviewé d'autres collaborateurs d'élus, ainsi que des élus d'autres collectivités, et j'avais noté qu'il manquait dans le paysage un partage des connaissances entre ceux qui font office de « plume », d'où la présence d'une partie qui leur était consacrée.

Pour la deuxième édition, parue en 2017, j'avais été frappée par l'éclosion des formats courts, notamment avec la montée en puissance des réseaux sociaux, qui devaient forcément avoir un impact sur la longueur des discours, souvent interminables. Si je continue à penser qu'un effort de concision peut amener plus de clarté dans le propos, les plumes que j'ai interviewées pour cette troisième édition, tout comme ma pratique, me font revenir sur mes préconisations en matière de longueur.

Dans un monde excessivement complexe, à l'heure où le clash fait de l'audience et des likes, il ne faut pas complètement abandonner l'expression longue, qui permet la nuance. La cohésion de nos territoires, le fameux « vivre-ensemble », est tributaire d'une expression qui rassemble au lieu de cliver. Ce qui n'empêche pas, dans les périodes de campagnes électorales ou sur des sujets sensibles, de prendre clairement position.

La crise de la démocratie est patente. Les élus locaux sont en première ligne face aux mécontentements et aux frustrations, ce qui peut être lourd. S'ajoute la pression des agendas, et j'aborderai bien sûr dans cette mise à jour augmentée la question : « N'ai-je pas tout à gagner à déléguer l'écriture de mes discours à l'IA générative ? » Avec un bon prompt, l'intelligence artificielle est capable de vous livrer en une minute un discours qui « fait le job » : elle ressemblera à un discours type au vu de la circonstance, puisqu'elle puise dans l'existant.

Mais justement, parce que la crise de confiance est grande entre les citoyens et leurs élus, je vous invite pour ma part à continuer d'écrire vos discours : d'une part, parce qu'écrire permet d'élaborer sa pensée, d'autre part, parce que c'est une marque de considération pour vos administrés qui attendent de vous, pour nourrir la confiance, que vous leur parliez personnellement.

Cet ouvrage est là pour cela : pour vous donner les clés de l'écriture de discours, pour que ce soit pour vous facile, plaisant et efficace.



Note à l'attention des lecteurs

Dans un souci de lisibilité, et conformément aux usages éditoriaux en vigueur dans les publications professionnelles de Territorial Éditions, le masculin est utilisé dans cet ouvrage comme genre générique. Ainsi, le terme « élu » doit être compris comme désignant aussi bien les femmes que les hommes. Ce choix ne préjuge en rien de l'importance que l'autrice et l'éditeur accordent à l'égalité entre les sexes.

Introduction

Que ce soit une formalité protocolaire, un moment solennel ou le temps fort d'une campagne, le discours est un exercice récurrent, voire quotidien, des élus.

On dira, on entendra que tel élu est particulièrement bon, tel autre particulièrement mauvais dans cet exercice. Les qualités de l'orateur font souvent son succès. Mais le charisme ne sert à rien si l'on n'a rien à dire, ou, pour être plus exact, si l'on ne sait pas comment présenter ce que l'on a à dire. « *Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement...* » (Boileau).

Écrire un discours, c'est faire la jonction entre l'élaboration d'un message et la façon de le transmettre, le faire comprendre, et susciter l'adhésion... ou le débat. Dans les deux cas, il s'agit de ne pas laisser indifférent l'auditoire, il s'agit aussi pour l' élu de se positionner sur les sujets qu'il aborde au cours de son mandat.

Écrire un discours, c'est donc passer de la pensée à la formulation écrite... en vue d'un passage à l'oral.

Là encore, la culture française est riche en présupposés qui peuvent être inhabitant pour celui qui, d'emblée, ne se sentirait pas à l'aise : « savoir écrire » serait un talent, un don, et aurait donc un caractère inné.

Pourtant, si certaines personnes « ont des facilités », là encore, les qualités littéraires ne suffisent pas. Et pour celui qui ne se sent pas la plume alerte, suivre étape par étape une méthode testée et approuvée au fil des siècles de rhétorique et quelques règles d'écriture plus actuelles, donnera sans doute un meilleur résultat que de partir bille en tête.

Cet ouvrage s'appuie sur le savoir accumulé depuis l'Antiquité, comme sur les apports contemporains des théories de la communication, de la linguistique, sur l'analyse des discours politiques, ainsi que sur les réflexions actuelles sur la rhétorique et le discours politique. Voilà pour les bases théoriques.

Pour le côté pratique, je me base sur ma propre expérience, des trois années pendant lesquelles j'ai été la collaboratrice de Jacques Auxiette, président de la région des Pays de la Loire, chargée au sein de son cabinet de l'écriture de ses discours.

Au sein du conseil régional, j'ai pu recueillir les différentes expériences d'autres collaborateurs d'élus, et réfléchir avec eux à la façon d'avancer et d'améliorer les compétences de chacun dans ce domaine. Pour l'écriture de cet ouvrage, je me suis également appuyée sur d'autres retours d'expériences et les témoignages riches et diversifiés d'élus et de collaborateurs d'élus de tout type de collectivités. Qu'ils en soient ici sincèrement remerciés.

La dernière partie de cet ouvrage est d'ailleurs tout particulièrement dédiée à ces derniers, que l'on appelle parfois du petit nom de « plume » : elle est en effet consacrée à cet autre exercice doublement périlleux qui est celui d'écrire un discours... pour quelqu'un d'autre.



BOILEAU Nicolas, *Dans l'art poétique*, 1674

« Avant donc que d'écrire, apprenez à penser.

Selon que notre idée est plus ou moins obscure,

L'expression la suit, ou moins nette, ou plus pure.

Ce que l'on conçoit bien s'énonce clairement,

Et les mots pour le dire arrivent aisément. »

Écrire un discours, ce qui peut s'avérer nécessaire dans certaines fonctions, semblera pour les uns un simple exercice de style, pour d'autres une épreuve crispante. Dans les deux cas, la chose sera plus aisée si la personne concernée dispose de repères pour avancer dans cette tâche. Elle se sera forcément posé au préalable quelques questions.

Qu'est-ce qu'un bon discours ?

Un bon discours est un discours que l'on retient, que l'on remarque, bref : qui fait la différence. Or, la différence entre un bon et un mauvais discours, ce n'est pas qu'une affaire de charisme de l'orateur ni de qualité de la syntaxe et des tournures de phrases. On ne cherche pas tant à faire briller l'orateur qu'à faire passer un message en particulier. C'est cela, l'objectif premier.

Pourquoi fait-on un discours ?

On fait un discours... parce qu'on nous l'a demandé. Différents types de manifestations exigent de l'écu qu'il prenne la parole et s'exprime sur le sujet, devant un public, que ce public soit acquis ou hostile, plus ou moins indifférent, ou un mélange de tout cela. Les situations différentes exigent différents types de discours, même si quelques règles générales valent pour l'ensemble.

Et chaque prise de parole s'inscrit dans une volonté particulière, de « plaire, instruire, toucher », si l'on veut citer Cicéron¹ (*placere, docere, movere*), mais l'on peut rajouter d'autres objectifs, comme celui de s'inscrire dans une ligne politique ou de s'en démarquer.

1. *De oratore*, tr. fr. E. Courbaud et H. Bornecque, Les belles lettres, Paris, 1930.

Pour qui ?

Pour qui, ce discours ? On veut être compris, on veut être repris : par l'auditoire direct, des habitants d'un quartier aux représentants de l'État, mais aussi cité dans la presse, locale ou nationale, et, de plus en plus, repris sur les réseaux sociaux. Cela permet de toucher une audience plus large.

Un discours doit aussi tenir compte de l'état des troupes politiques et d'objectifs de communication interne de la collectivité.

Qui écrit, qui parle ?

Que ce soit pour l'élu ou son collaborateur, les règles de base sont les mêmes en matière d'écriture et de présentation de l'écrit. Mais pour celui qui a fonction de « plume », la difficulté sera que ce n'est pas lui qui lira sa prose et qu'il doit s'adapter à celui qui officiera, tandis que son élu connaîtra, lui, la difficulté de dire un discours qu'il n'a pas lui-même écrit. Pour cette réalisation en duo, il est intéressant de différencier les types d'élus et d'établir quelques points de méthode.

Partie 1

Un discours porte un message

Entre ce que je veux dire, ce que je dis, ce que l'auditoire entend, ce qu'il comprend, ce qu'il retient... il existe des « filtres cognitifs », qui réduisent la portée du message initial, d'où l'intérêt d'être clair. Cette première partie pourrait s'intituler : savoir ce que je veux dire pour me faire entendre.

Chapitre I

Les différentes occasions de faire un discours

Il y a autant d'enjeux et de tons différents qu'il y a d'occasions de faire un discours : de la pose d'une première pierre au meeting de campagne, voici les principaux types de manifestation qui requièrent une prise de parole.

A - Prises de parole les plus fréquentes

1. Les prises de parole classiques

a) *Inaugurations*

L'inauguration est, avec la pose de première pierre, l'exercice le plus fréquent. Et il n'y a pas d'inauguration sans discours, souvent au pluriel. Ce n'est malheureusement pas le plus simple. En effet, le plus souvent, il s'agit juste de marquer le moment, il n'y a pas d'enjeu politique fort. On serait donc tenté d'en rester dans la présentation de ce qui est inauguré. Or, et nous le verrons plus loin, un discours n'est pas un exposé ! Et les caractéristiques techniques sont facilement consultables dans le dossier de presse. S'il est évident que l'on parle de la réalisation, sans oublier de remercier ceux qui y ont contribué, il faut pour ce type de discours trouver un enjeu connexe, c'est-à-dire problématiser. Cela peut se faire par le biais d'une mise en avant de ce que fait la collectivité dans le même domaine, par une mise en perspective à travers la réalisation de la politique publique à laquelle elle se rattache. Le discours permet d'inscrire une action dans un projet, en lui donnant du sens.

b) *Commémorations, célébrations, fêtes*

Chaque année reviennent des discours à date fixe. La plume les craint car, s'agissant de manifestations récurrentes et annuelles, on serait tenté de répéter d'année en année le même discours, de reproduire un discours type trouvé dans un recueil de discours ou généré par intelligence artificielle. Or un discours n'a d'intérêt que s'il fait référence au présent.

Chaque année, le contexte, à savoir l'actualité locale, nationale, internationale, est différent. Donner un sens à ce discours, c'est se raccrocher à ce qui est actuel et montrer qu'il y a encore aujourd'hui à tirer des leçons du passé, tout en faisant le lien avec les enjeux spécifiques qui concernent l'auditoire.

c) Remise de médaille, distinction, hommage

Un discours faisant l'éloge d'une personne demande un travail de préparation tout à fait spécifique. D'une certaine façon, il faut se faire enquêteur : un simple CV ne suffira pas. Ne pas hésiter donc à contacter les personnes travaillant ou ayant travaillé avec elles, et ne pas se contenter d'une seule personne, ce qui pourrait biaiser le discours.

d) Discours en commission, en session, en séance

Parmi ceux-ci, trois types de discours :

- **les discours d'ouverture**, forcément un peu solennels et écrits ;
- **les discours de clôture**, qui, s'appuyant sur ce qui s'est dit pendant ces quelques heures, sont quasiment impossibles à préparer, à moins d'un fil rouge ou d'un message important à faire passer et que l'on réservait pour la fin ;
- **les interventions en séance** sur le dossier dont l'écu est chargé, qui, s'inscrivant dans un cadre bien défini, sont plus faciles à rédiger.

Le cas particulier des parlementaires

À l'Assemblée nationale ou au Sénat, on compte différents types d'intervention :

- en séance :

* les questions (questions orales, questions cribles thématiques, questions d'actualité au gouvernement) ;

* les interventions lors des débats : pour défendre une motion de procédure, un article, un amendement, ou simplement lorsque l'on dispose d'un temps de parole dans la discussion générale au nom de son groupe politique ;

- en commission : pour présenter un rapport ou faire une simple intervention sur un point donné.

Dans tous les cas, le message délivré va dépendre de l'intention de l'auteur.

Notons qu'au Parlement, la durée de l'intervention est donnée et il convient de la respecter, et lorsque l'on dispose de 2 ou 3 minutes, il faut savoir être concis.

Le discours sera souvent argumenté et solide en ce qui concerne sa construction, ou alors au contraire redondant et parfois brouillon si l'objectif est simplement de ralentir les débats (ce qui s'appelle obstruction parlementaire, lorsque l'on souhaite d'un texte qu'il ne soit pas voté).