

Pascal Haumont

4^e édition

Parler en public être écouté et convaincre

Les postures, les attitudes et les outils
pour prendre la parole sans stress



Parler en public, être écouté et convaincre

Parler en public, être écouté et convaincre

**Les postures, les attitudes et les outils
pour prendre la parole sans stress**

Auteur: Pascal HAUMONT

Édition 2017

© GERESO Édition 2011, 2013, 2015, 2017

Direction de collection: Catherine FOURMOND

Conception graphique de couverture: Atmosphère

Suivi éditorial et conception graphique intérieure: GERESO Édition

Illustration: © mustafahacalaki/istockphotos.com

www.gereso.com/edition

e-mail: edition@gereso.fr

Tél. 02 43 23 03 53 - Fax 02 43 28 40 67

Reproduction, traduction, adaptation interdites

Tous droits réservés pour tous pays francophones

Loi du 11 mars 1957

Dépôt légal: Septembre 2017

ISBN: 978-2-35953-499-3

EAN 13: 9782359534993

GERESO SAS au capital de 160 640 euros - RCS Le MANS B 311 975 577
Siège social: 38 rue de la Teillaie - CS 81826 - 72018 Le Mans Cedex 2 - France



GERESO
ÉDITION

Dans la même collection :

- Communiquer efficacement
- Comprendre l'évaluation professionnelle
- Dix entretiens incontournables en entreprise
- Évaluer les compétences professionnelles : mode d'emploi
- Être recruté dans les métiers de l'industrie
- Gagner en leadership
- L'art de conclure une vente avec la PNL
- Le manager de proximité
- Le recrutement gagnant-gagnant
- L'estime de soi au cœur du management
- Les groupes Mastermind : accélérateurs de réussite
- Manager le travail à distance et le télétravail
- Mieux communiquer avec soi-même et avec les autres
- Prendre la bonne décision avec la méthode des 4 Éléments
- Prévention des RPS avec la PNL
- Réalité des RPS : actions et solutions
- Recadrer sans démotiver
- (Re)Donner du sens à son management
- Réussir son intégration professionnelle

Dans la même collection (suite):

- Réussir son oral d'examen ou de concours
- Réussir vos entretiens professionnels
- Révélez votre Talent avec l'intelligence prismatique
- Vers un leadership créatif, efficace et humain

Remerciements

Mes remerciements vont à mes parents Monique et Daniel : ma mère parce qu'elle m'a donné le goût du théâtre ; mon père parce qu'il m'a donné celui de la prise de parole.

Ils vont à toutes celles et tous ceux avec lesquels j'ai appris la communication par les arts scéniques : sur les scènes, dans les coulisses et dans les ateliers de théâtre et d'improvisation théâtrale.

Ils vont ensuite à celles et ceux qui ont bien voulu répondre patiemment à mes questions sur leurs prises de parole ainsi qu'à celles et ceux que j'ai coachés, cet ouvrage leur doit beaucoup.

Ils vont également à Jean-Christophe Motte, avec qui j'ai fait mes premières armes sur les formations à la prise de parole.

C'est Samuel Pereira qui est l'auteur des illustrations qui agrémentent ce livre. Je le remercie pour son talent et sa disponibilité.

Mes remerciements vont enfin à mon épouse Chrystèle et mes enfants Naël et Lucianne. Mes ailes.

Sommaire

Remerciements	5
Introduction.....	9
Chapitre 1 - Préparez-vous	11
Parce qu'on ne vous pardonnera pas de ne pas l'avoir fait	11
Mettez toutes les chances de votre côté	13
Écrivez quelques notes synthétiques	17
Gérez votre trac en étant suffisamment entraîné	22
Sur le moyen et le long terme	28
Chapitre 2 - Donnez-leur envie de vous regarder.....	35
Parce que le message ne peut passer que si vous êtes visuellement impliqué	35
Quelle image renvoyez-vous ?	36
Regardez votre public	39
Adoptez une posture dynamique.....	41
Adoptez une gestuelle naturelle	47
Chapitre 3 - Donnez-leur envie de vous écouter	55
Pour qu'ils ne s'endorment pas	55
Variez le ton.....	56
Parlez suffisamment fort.....	60
Ne parlez pas trop vite	62
Maîtrisez vos tics de langage	65

Chapitre 4 - Soyez conteur	69
Parce que tout le monde adore les histoires	69
Le syndrome du prof ennuyeux.....	70
Une histoire	71
Faites passer un message clair.....	76
La structure du discours	84
L'accroche	84
La conclusion	90
Soignez vos transitions	91
Chapitre 5 - Sachez prendre la parole en anglais.....	95
Parce que vous n'avez plus le choix	95
La différence culturelle	96
Les pièges	99
Pratiquez votre anglais.....	103
Chapitre 6 - Donnez du visuel à vos présentations	107
Pour soutenir votre discours.....	107
Les mauvaises raisons d'utiliser PowerPoint	109
Ce qu'il ne faut pas faire.....	111
Ce qu'il faut faire	118
Créer son diaporama.....	123
Chapitre 7 - Soyez comédien.....	129
Parce que vous êtes en train de donner un spectacle	129
De l'improvisation théâtrale à la prise de parole	130
Le comédien	138
L'imagination	142
Faites tomber le quatrième mur	145
Au-delà du comédien	149
Conclusion.....	153
Bibliographie.....	155
Index.....	157
À propos de l'auteur	161

Introduction

« J'étais préparé, ils m'ont regardé, ils m'ont écouté et ce que je leur ai raconté les a convaincus. »

Voilà ce que vous devriez pouvoir vous dire à l'issue de chacune de vos présentations.

Et pourtant vous avez peut-être peur de prendre la parole en public. La perspective de devoir présenter le détail d'un projet devant vos collègues ou vos clients, ou tout simplement parler devant une grande assemblée lors d'une réunion familiale, vous met parfois mal à l'aise. Ne vous sentez ni isolé, ni ridicule, des millions de gens sont ou ont été comme vous. Ou au contraire vous trouvez que le message passe suffisamment bien, que votre auditoire ne s'est pas ennuyé et que vous avez correctement rempli votre mission. Bravo, vous êtes déjà sur la bonne voie, mais vous pouvez faire encore mieux en devenant un de ces orateurs qui donnent envie au public de se lever pour les applaudir à tout rompre !

Découvrons ensemble comment développer l'attitude et la confiance qui vous permettront de rencontrer le succès que vous méritez. Vous avez les ressources pour y arriver !

Chapitre 1

Préparez-vous

Parce qu'on ne vous pardonnera pas de ne pas l'avoir fait

« C'est après avoir répété plus d'une dizaine de fois l'ensemble de mon intervention que j'ai commencé à me sentir prêt. »

Prendre la parole en public, c'est essayer de mettre en œuvre des compétences que généralement personne ne vous a enseignées.

Alors qu'aux États-Unis, l'art de parler en public est de l'ordre des connaissances obligatoires, au même titre que les mathématiques ou l'anglais, les programmes français restent muets sur le sujet.

La lecture de l'article du Wikipédia anglais sur la prise de parole en public (article dont l'équivalent est introuvable sur le Wikipédia français) est édifiante. On peut y lire qu'il existe une National Forensic League destinée à « encourager et à motiver les lycéens à participer et à devenir des experts dans l'art oratoire », également organisatrice de tournois.

Les lycéens américains sont donc invités à développer leurs compétences en prise de parole en public là où les lycéens français sont encouragés à rester passifs en cours et à ne prendre la parole que si on leur demande. Une simple

recherche des termes « public speaking » et « middle school » sur Google nous permet de constater que les collégiens eux-mêmes planchent sur le sujet. Les élèves des écoles primaires sont, quant à eux, régulièrement sollicités pour présenter devant l'ensemble de la classe un objet dont ils vont expliquer la provenance ou la signification, ou encore parler de l'histoire de leur famille.

Comment s'étonner alors que pour nombre d'entre nous, l'épreuve de l'exposé oral devant la classe soit une véritable torture ? Aurélien, un ami réussissant aujourd'hui une brillante carrière en informatique m'expliquait récemment qu'une telle situation lui avait valu l'un de ses plus mauvais souvenirs de collégien. Il se rappelle avec précision son bafouillage, sa voix inaudible et la sueur qui coulait le long de sa tempe. Il se souvient également avec amertume de l'attitude du professeur qui n'avait absolument pas été bienveillant, bien au contraire. Il lui a fallu ensuite plusieurs années d'expérience professionnelle avant de commencer à être à l'aise dans une situation de prise de parole.

Il va donc vous falloir conquérir souvent seul ce que le système scolaire a soigneusement évincé de ses programmes.

Ajoutons que prendre la parole en public, c'est demander à plusieurs personnes (parfois plusieurs centaines) de vous écouter pendant un temps donné sur un sujet donné. Ces personnes vont consacrer du temps à votre présentation. Vous ne pouvez donc pas prendre ce temps, qui est précieux et qui ne leur sera pas rendu, avec désinvolture. Vous avez dès lors l'obligation de faire tout ce que vous pouvez pour être intéressant. Ne pas vous préparer serait manquer de respect à votre assistance.

Combien de fois avez-vous abordé une prise de parole en vous disant : « je connais mon sujet, je vais gérer » ? Cela s'est-il bien passé ? Peut-être à votre sens, mais votre message a-t-il été bien compris, retenu ? Qu'en est-il resté dans l'esprit de votre public une heure, un jour, une semaine, un mois après ?

Il est en particulier très intéressant de constater à quel point les techniques de prises de parole peuvent être souvent négligées dans le monde de l'entreprise.

Pourquoi consacrer des jours à élaborer une proposition si vous n'êtes pas préparé à la défendre devant vos supérieurs ?

Pourquoi consacrer des semaines à développer une idée si vous n'êtes pas préparé à l'exposer à des futurs investisseurs ?

Pourquoi consacrer des mois au développement d'un produit si vous n'êtes pas préparé à le vendre à des clients ?

Pourquoi consacrer des années à la gestion de votre carrière si vous n'êtes pas prêt à devenir un leader ?

Se préparer, c'est donc bien sûr préparer sa prochaine intervention en sachant à qui on s'adresse, dans quelles conditions et avec quel message. Mais c'est également s'entraîner sur le long terme afin de connaître les mécanismes par lesquels passe le message, en étant capable de gérer ou d'éviter le trac d'une part, et de mettre au jour l'acteur qui sommeille en vous d'autre part.

On entend souvent dire que certains ont un don pour prendre la parole en public. D'autres pensent qu'ils sont mauvais et que malgré tout ce qu'ils pourront entreprendre, ils n'atteindront jamais un niveau satisfaisant. Rappelez-vous cette phrase de Thomas Edison qui disait que « le génie est fait de 1 % d'inspiration et de 99 % de transpiration ». Ne baissez jamais les bras et préparez-vous à transpirer pour devenir « génial(e) ». Mais vous serez grandement récompensé, parce qu'une fois que vous y serez, vous y resterez et en tirerez une immense satisfaction tant sur le plan personnel que professionnel.

Mettez toutes les chances de votre côté

Votre public sera exigeant ; vous devez être encore plus exigeant avec vous-même, et en conséquence mettre toutes les chances de votre côté en ne laissant rien au hasard. La meilleure manière d'atteindre le succès, c'est de maîtriser un maximum de paramètres afin d'éviter toute surprise.

L'inconnu est source de stress. Or, le stress est la dernière chose dont vous avez besoin avant de prendre la parole en public.

Apprenez à connaître votre public

Cela semble évident, mais il est important de savoir à qui vous vous adressez. Parce que, de la même façon que vous ne parlez pas dans les mêmes termes à votre fille de six ans qu'au guichetier de la Poste, vous devrez adapter votre discours à vos interlocuteurs.

Gardez à l'esprit qu'il n'y a qu'une seule chose qui intéresse votre auditoire : eux. Votre intervention ne fonctionnera que si chacun se sent concerné par ce que vous dites.

Vous porterez donc une attention particulière au vocabulaire choisi et vous vous abstenerez de tout jargon propre à votre profession si vous n'êtes pas en train de vous adresser à des personnes aptes à le comprendre. De la même manière, vous parlerez différemment selon :

- que vous avez devant vous cinq ou cinq cents personnes ;
- que vous êtes dans un cadre professionnel ou non ;
- que votre public est jeune ou âgé ;
- qu'il s'agit de cadres ou d'ouvriers ;
- que votre public connaît le sujet ou non ;
- que le public vous connaît personnellement ou non, etc.

Anne, qui travaille dans une grande banque, et qui fait régulièrement des présentations sur l'ISF et les biens professionnels à ses clients, m'expliquait récemment qu'elle prenait soin de choisir ses exemples en fonction de son auditoire afin que ceux-ci les concernent directement.

Un exemple édifiant est celui de Nicole. Elle propose des formations à l'écoute active et a l'habitude d'illustrer son propos par une scène du film *Les tontons flingueurs*, de Georges Lautner, dialogué par Michel Audiard. Ce film, bien que sorti en 1963, est connu par tout le monde en France et certaines répliques cultes traversent les générations. Lorsque Nicole s'est retrouvée à Madagascar, elle n'a pas eu la présence d'esprit d'adapter sa formation. Résultat : personne ne connaissait le film. Il a fallu qu'elle improvise une solution de remplacement.

Il se peut que vous ayez à réadapter votre discours en fonction des réactions dans la salle. Soyez à l'écoute ! Vous ne parlez pas devant des gens, ni même à des gens, mais bien avec des gens.

Repérez les lieux

De la même manière qu'il est indispensable pour une troupe de théâtre de répéter plusieurs fois dans la salle où la pièce sera jouée, il est important que vous ayez une connaissance de la salle qui vous accueillera. Si vous le pouvez, repérez les lieux à l'avance. Si c'est impossible, soyez sur place suffisamment longtemps avant votre intervention pour ne pas avoir de surprise au moment de commencer. Posez des questions aux techniciens sur place, intéressez-vous à la manière dont seront diffusées vos diapositives...

Voici la liste des questions à se poser lorsque vous visitez la salle où aura lieu votre intervention.

Suis-je sonorisé ? Si oui, est-ce que je dispose d'un micro-main, d'un micro-cravate, d'un micro serre-tête ? Qui allumera mon micro ? Y a-t-il un technicien en coulisse en cas de problème ?

Suis-je à la hauteur du public ou bien sur une estrade ? Le public est-il disposé face à moi ou bien y a-t-il également du monde sur les côtés ? La salle est-elle sur le mode amphithéâtre ou bien tous les spectateurs sont-ils à la même hauteur ? Y a-t-il un pupitre sur scène ?

Si ma présentation comporte des diapositives, l'ordinateur prévu peut-il supporter le format de mon fichier ? Est-il équipé d'un port USB pour accueillir ma clé ? Est-il sur scène ou bien en régie ? Le déroulement de ma présentation doit-il être assuré par un tiers ou par moi-même ? Dans ce cas, est-ce que je dois appuyer sur les touches de l'ordinateur ou suis-je équipé d'une télécommande à distance ? Y a-t-il un écran retour sur scène qui me permet de voir mes diapositives défiler sans me retourner ? Est-il possible de plonger la salle dans une pénombre suffisante pour que mes diapositives soient visibles ?

Testez la technique une dernière fois avant que le public entre. Une mauvaise surprise serait très désagréable et vous déstabiliserait.

Maîtrisez votre sujet

Si on vous propose de prendre la parole sur un sujet que vous ne maîtrisez pas, ou pensez ne pas pouvoir maîtriser, refusez ! Sinon vous risqueriez de passer un mauvais moment. J'irai même plus loin : refusez si on vous propose de prendre la parole sur un sujet qui ne vous intéresse pas suffisamment.

Pourquoi refuser un sujet que l'on ne maîtrise pas parfaitement ? Après tout, vous pourriez vous dire qu'une connaissance superficielle permet d'être crédible sur une intervention de durée courte ou moyenne, que vous en savez de toute façon plus que les gens qui seront là pour vous écouter et que la majorité des questions seront à votre portée.

« Ce que l'on conçoit bien s'énonce clairement et les mots pour le dire arrivent aisément » écrivait le poète et écrivain Nicolas Boileau. Peut-on concevoir bien des concepts que l'on ne maîtrise pas ? Est-on capable de trouver l'angle le plus percutant et la construction la plus pertinente ? Surtout, peut-on avoir un point de vue sur un sujet que l'on ne possède pas ? Évidemment non. Et ce que l'on demande à un orateur c'est de nous donner son point de vue sur ce dont il parle, et non pas uniquement une information brute.

Il m'avait été demandé il y a quelques années de donner un cours à des étudiants en gestion sur la thématique « trouver du travail grâce à Internet » au prétexte qu'Internet était mon domaine dans la mesure où j'étais ingénieur en informatique dans les nouvelles technologies et que j'avais moi-même trouvé mon employeur sur Internet. J'ai accepté. Quelle erreur !

J'ai rassemblé un maximum de données, consulté des dizaines de sites Web, fait des captures d'écran, construit un diaporama, mis en ordre mes idées. J'ai répété, répété et encore répété. Le jour J, j'ai donné mon cours comme je pouvais avec ce que j'avais préparé. Ce fut un flop. Les étudiants m'écoutaient poliment, quelques-uns m'ont posé des questions, mais il est certain que peu en ont retenu quelque chose et qu'il n'en est absolument rien resté dans les semaines qui ont suivi. Pourquoi ? Parce que je n'avais rien à leur apporter qu'ils n'eussent pu trouver par eux-mêmes. Parce que je n'avais aucun angle original ou même pertinent sur le sujet. Parce que mon cours était organisé autour de quelques informations et non pas autour d'un point de vue.

Voici un autre exemple qui vous convaincra. Sophie est étudiante. On lui a demandé de préparer un exposé sur la Hongrie. Elle a travaillé énormément, récolté des données, préparé son sujet, répété. Le jour J, elle est à l'aise, excellente. Le jury est conquis et prêt à lui mettre une excellente note. Il reste une minute. Un membre du jury se propose de lui poser une dernière question, pour la forme : « Voici une carte d'Europe, Mademoiselle. Pouvez-vous me situer la Hongrie sur celle-ci ? ». Elle ne sait pas répondre. Elle n'avait pas anticipé la plus simple des questions.

Enfin, reprenez cette phrase de la blogueuse et spécialiste de la conciliation vie professionnelle/vie familiale, aujourd'hui secrétaire d'État, Marlène Schiappa¹ : « Je refuse désormais les interventions sur les thèmes que je ne maîtrise pas (elles n'apporteraient rien et décrédibilisent la prise de parole) Je ne me pose donc aucune question là-dessus, avoir travaillé avec acharnement sur mes thèmes de prédilection est ma meilleure protection contre d'éventuelles critiques ou questions, car sur les sujets de la maternité, du travail, de la conciliation des deux ; j'ai du répondant. Dès qu'on sort de ces thèmes, je décline l'invitation... ». Espérons que ses nouvelles fonctions ne l'inciteront pas trop à contredire ces sages paroles...

N'oublions pas également qu'il n'y a qu'une seule et unique raison de prendre la parole : convaincre.

On me rétorquera qu'on prend également la parole pour informer ou distraire.

1. <http://yahoo.mamantravaille.fr>

Informers ? Si l'on prend la peine de donner une information, c'est bien pour pousser les gens à la prendre en compte et donc les convaincre de l'intégrer à leur comportement futur. Lorsqu'Al Gore effectue une série de conférences sur le réchauffement climatique, il informe les spectateurs sur le sujet. Ceux-ci sont alors alertés des dangers de l'action de l'homme sur le réchauffement de la planète et l'ancien vice-président des États-Unis, ayant suscité leur intérêt pour la cause qu'il défend, attend de leur part qu'ils agissent pour accompagner sa lutte. Il les informe donc pour les convaincre.

Distraire ? C'est peut-être le type d'intervention le plus difficile. Lorsque vous êtes là pour distraire un public, vous n'avez aucune information spécifique à leur fournir et vous ne cherchez pas à les faire agir d'une manière ou d'une autre. Vous n'avez pas non plus pour but qu'ils aient retenu quoi que ce soit de votre intervention, si ce n'est qu'ils ont passé un bon moment. Mais une nouvelle fois, c'est par un point de vue, certes décalé sur une situation donnée, que vous atteindrez ce but et que vous provoquerez l'amusement de votre auditoire. Ayez à l'esprit les sketches de stand up (ce genre particulier de one-man show dans lequel l'artiste s'adresse directement au public sans interpréter de personnage) de nombreux humoristes : lorsque Gad Elmaleh nous raconte ses vacances au ski, c'est pour mieux tourner en dérision les aventures du « blond », celui qui réussit tout mieux que tout le monde. Bref, c'est lorsque vous souhaitez distraire que vous devez tout mettre en œuvre pour convaincre votre auditoire que vous êtes drôle.

N'acceptez de prendre la parole que sur un sujet que vous maîtrisez, afin d'avoir un point de vue sur celui-ci et de convaincre le public que ce point de vue est pertinent, original ou amusant.

Si vous maîtrisez le sujet mais que celui-ci ne vous passionne pas ou bien que vous n'êtes pas 100 % d'accord avec ce que vous allez devoir défendre, comme cela peut arriver dans la vie professionnelle, vous risquez d'être pertinent mais pas passionnant. Prenez le risque, mais c'est dans ce genre de cas que certains « trucs » de comédiens que nous verrons dans un chapitre ultérieur s'avéreront fort utiles.

Écrivez quelques notes synthétiques

Pourquoi ne pas tout écrire ?

Il est tentant pour un orateur débutant d'écrire l'ensemble de son intervention et de la lire le moment venu. Après tout, on est certain d'éviter le trou noir, la panique, et l'essentiel c'est que l'information soit donnée, non ?

Faux.

Si vous avez les yeux fixés sur votre texte, vous perdez le contact avec le public. Si les membres de votre auditoire n'avaient voulu qu'une lecture, il aurait été aussi simple de leur envoyer un courriel avec votre texte, qu'ils auraient déchiffré eux-mêmes. Chacun serait resté chez soi et personne n'aurait perdu son temps. Mais en se déplaçant pour vous écouter et vous voir, ils ont fait la démarche de communiquer avec vous. Ils sont venus voir un spectacle coloré et vivant et pas une lecture grise et terne. Alors adressez-vous à eux, soyez vivant ! Lire son texte, c'est s'enfermer alors que votre démarche d'orateur implique une ouverture maximale.

D'autre part, concentrer son attention sur la lecture, c'est prendre le risque de négliger sa voix, son ton, son corps et ses gestes et par conséquent de ne pas mettre tous les moyens à contribution pour faire passer le message que vous êtes venu livrer.

Lire ses notes c'est négliger son public. Laissons cela aux politiques dont c'est une partie du métier et qui n'ont absolument pas la possibilité de préparer parfaitement chacune de leurs interventions. Certains d'entre eux utilisent d'ailleurs deux prompteurs transparents aux yeux du public, placés de part et d'autre de leur pupitre, donnant ainsi l'impression qu'ils improvisent.

Il est cependant des circonstances où la lecture est possible. Il s'agit de situations particulièrement solennelles, telles que les cérémonies. La lecture permet de ne pas être submergé par l'émotion. Que cela ne vous dispense pas de mettre le ton, de regarder le public, et surtout de vivre votre texte. L'adresse de Steve Jobs à l'université de Stanford en juin 2005, dans un exercice qui ne lui était pas courant, en est un exemple. Lui qui était habitué aux conférences ultra-efficaces sans notes, était impeccable de sobriété et de sincérité. Il y évoquait notamment la mort et son cancer.

Si l'on décide de ne pas lire ses notes ou de s'y référer uniquement en cas de trou de mémoire, on imagine cependant facilement que pour ne rien laisser au hasard, il est judicieux d'écrire l'ensemble de son intervention et de l'apprendre par cœur. C'est le meilleur moyen de ne jamais s'emmêler les pinceaux, de trouver ses mots et de ne pas s'enfermer dans des explications à n'en plus finir, non ?

Encore faux.

Tout d'abord parce que c'est très difficile. La mémoire est comme un muscle et les comédiens l'entretiennent quotidiennement, mais pour le commun des mortels cela représente un effort important.

Ensuite, l'apprentissage par cœur entraîne la perte de naturel au moment de réciter. Avez-vous oublié les ânonnements lors de passages au tableau en cours de français durant nos années d'école et de collège, alors que nous masacrions allègrement les poèmes de Victor Hugo ou les tirades de Corneille ?

Enfin, aussi bien préparé que vous le soyez, le trou peut apparaître à tout moment. On remarque alors plusieurs comportements possibles :

- Vous paniquez et n'attendez qu'une chose : c'est d'être réduit à la taille d'une fourmi et de disparaître dans le plancher.
- Vous improvisez tant bien que mal. Mais comme vous n'étiez pas préparé à cette éventualité, votre discours devient confus.
- Vous attrapez vos notes dans votre poche, les posez devant vous, ne les lâchez plus et lisez. On retombe alors dans le cas de figure précédent.

Aucun de ces comportements n'est satisfaisant, vous en conviendrez.

Alors que faut-il faire, puisque vous ne pouvez ni lire vos notes, ni les apprendre par cœur ?

Avoir quelques notes synthétiques devant vous ou dans la main sous forme de fiches, auxquelles vous pourrez vous référer pour savoir quel point aborder.

Et si vous en doutez encore, vous serez convaincu par la pratique. Michèle, une libraire que j'avais coachée en vue d'une conférence, a mis pas moins de six séances avant d'admettre que l'utilisation de notes synthétiques était la meilleure solution.

Certains orateurs prétendent qu'ils ont le plan entier, les chiffres, les anecdotes et les transitions en tête et n'ont pas besoin de notes. Quelle chance ! Si vous êtes un de ceux-ci, profitez-en. Sinon c'est que, comme moi, vous êtes juste un être lambda avec des capacités humaines...

Rassemblez vos idées

Avant de vous lancer à corps perdu dans l'élaboration de votre plan, prenez le temps de la réflexion.

Imaginons que vous voulez proposer une conférence sur le thème : « le Web 2.0 » à un public qui, bien qu'utilisateur d'Internet, n'est pas composé de professionnels du secteur.

De quoi parlons-nous par l'expression Web 2.0 ? Il s'agit de sites participatifs dans lesquels le contenu n'est pas fourni par un administrateur, mais par les internautes eux-mêmes, du type YouTube, Facebook, etc.

Profitez de tous les moments où vous ne pouvez rien faire d'autre pour penser à votre intervention : dans les transports en commun, en allant chercher le pain, avant de vous endormir, sous la douche ou encore sur les toilettes... Ne négligez aucune piste, vous aurez l'occasion de faire le tri plus tard.

Rassemblez tout par écrit en un seul endroit selon la méthode que vous préférez. À la main, dans un fichier informatique ou encore sur des Post-it (une idée par Post-it). Triez, mettez ensemble les idées qui abordent le même sujet.

Votre plan est en train de se dessiner. Des idées vont mériter d'être développées, d'autres seront supprimées...

À ce stade de la réflexion, il est important de savoir quel est LE message important de votre intervention.

Pour cela posez-vous la question suivante : si le public n'avait qu'une seule chose à retenir, quelle serait-elle ?

Disons que le message principal est le suivant : le Web 2.0, un tournant révolutionnaire pour internet et au-delà. Votre plan sera orienté de manière à mettre en valeur ce message.

Votre plan, c'est les fondations de votre discours. Vous allez construire dessus en passant alternativement de l'écrit au test oral.

Astuce

La plupart des *smartphones* proposent une application « bloc-notes » qui vous permet de saisir immédiatement le fruit de vos réflexions. Les bonnes idées étant extrêmement volatiles, ne laissez pas passer l'occasion de les « graver dans le téléphone » avant de les oublier.

Comment rédiger vos notes ?

Après avoir établi votre plan détaillé, utilisez-le comme base de vos notes. Cela vous permet d'avoir sous les yeux la structure de votre intervention, et d'en assurer les transitions de manière plus efficace.

Ajoutez un mot, un groupe de mots, un nombre, un symbole par idée.

Attention, il n'est en aucun cas question d'écrire des phrases complètes. Ces notes ne sont pas destinées à être lues telles quelles, mais elles doivent vous servir de repère.

Répétez avec ces notes.

Vous avez un trou, vous ne savez plus où vous en êtes, vous oubliez quelque chose ? Ajoutez un nouveau mot ou groupe de mots.

Faites ainsi de suite jusqu'à ce que votre discours soit fluide et sans embûches. Assurez-vous une dernière fois que vous n'avez pas inscrit de phrase entière.

Vos notes sont prêtes.

Vous pouvez, afin de rendre le tout plus visuel et donc de vous aider dans votre prise de parole, mettre des couleurs, utiliser les indentations, utiliser le gras, l'italique, des tailles de police différentes, des puces... tout ce qui vous semblera utile au repérage, d'un simple coup d'œil, de ce que vous cherchez. Écrivez suffisamment gros, numérotez vos fiches et n'utilisez que des rectos.

Vous pouvez utiliser des feuilles à la place des fiches si vous êtes assis à une table ou debout devant un pupitre. Nous verrons dans un chapitre ultérieur que ce ne sont pas les positions les plus recommandées.

Retenez ceci : vos notes, ce n'est pas de l'écrit, c'est une aide à l'oral. En ce sens, elles ne peuvent servir qu'à vous, et si quelqu'un se retrouvait face à elles, il serait bien en peine d'en tirer un quelconque enseignement.

N'oubliez pas que votre talent résidera également dans le fait que vous vous référerez à vos fiches sans que cela ne paraisse jamais artificiel.



Exemple de notes utilisées lors d'une conférence sur le thème « le Web 2.0 ».

Gérez votre trac en étant suffisamment entraîné

Un problème souvent évoqué au cours des formations à la prise de parole en public et pour lequel il n'existe malheureusement pas de recette miracle, concerne la gestion du trac.

Cherchez frénétiquement sur Internet, vous trouverez des dizaines et des dizaines de « trucs » : ouvrir largement la bouche, respirer profondément avec le ventre, faire des grimaces pour détendre le visage... Toutes ces choses sont intéressantes, utiles et importantes. Mais elles ne reposent sur rien d'autre que l'expérience acquise et les certitudes.

Le trac, qu'est-ce que c'est ?

Le trac est avant tout une émotion qu'il est tout à fait normal de ressentir face à une situation d'évaluation en public.

Un peu de science...² C'est une petite structure du cerveau appelée l'amygdale qui réagit en premier aux stimuli liés à la crainte de la situation. L'amygdale informe ensuite l'hypothalamus qui demande l'activation du système sympathique. Cette voie nerveuse très rapide organise la réaction face au « danger » en s'adressant à l'ensemble des voies corporelles grâce à une hormone stimulante : l'adrénaline. C'est grâce à ce processus que le corps est mis en éveil pour réagir de la manière la plus appropriée face à cette situation « dangereuse » et être plus efficace.

Le trac est donc utile : il nous permet d'être plus performant. Le trac n'est pas votre ennemi, mais bien votre ami ! Vous allez me dire « C'est bien joli tout ça, mais moi j'ai le trac, et ça m'empêche d'être aussi bon que je le devrais. Tu auras beau m'expliquer tout ce que tu veux, ça ne va pas changer ce que je ressens. ».

Eh bien détrompez-vous. Je ne vous explique pas tout ça juste pour le plaisir d'étaler ma science, mais parce que l'expliquer change les choses. C'est ce que démontre le chercheur Jeremy Jamieson, spécialiste en anxiété sociale, de l'université de Rochester aux Etats-Unis dans un article publié dans *Clinical Psychological Science*³. Pour son expérience, il a soumis deux groupes à rude épreuve : parler pendant cinq minutes de leurs forces et faiblesses devant un jury manifestement hostile. Mais le deuxième groupe avait reçu auparavant une information sur les apports positifs du trac.

Jeremy Jamieson conclut la chose suivante : « *La sensibilisation aux apports positifs du trac a influencé la perception des participants. Ils continuaient de ressentir les situations de prise de parole comme exigeantes mais pensaient posséder de meilleures ressources d'adaptation en comparaison de ceux qui n'étaient pas sensibilisés.(...) Cela a également diminué leur vigilance quant à leurs émotions négatives, ce qui peut réduire la probabilité qu'ils puissent ressentir du stress à l'avenir.* »

Avant chaque prise de parole, repensez à ce que le trac a de bon, cela vous aidera à l'apprivoiser.

2. <http://www.medecine-des-arts.com/Le-trac,859.html>

3. *Changing the Conceptualization of Stress in Social Anxiety Disorder*, <http://cpx.sagepub.com/content/early/2013/04/08/2167702613482119>

Mais encore ?

Eloignons-nous de la biologie et faisons un tour du côté de Wikipedia. Selon l'encyclopédie en ligne, « *le trac est un sentiment d'appréhension irraisonnée avant d'affronter le public, d'entrer en scène* ». Les anglophones appellent cela « stage fright » : la peur de la scène.

Je trouve ces définitions réductrices.

Pour moi le trac désigne toute peur lorsqu'il s'agit d'affronter une situation à haute teneur en stress. La peur du public en fait partie, mais de manière générale, la peur d'une interaction à fort enjeu avec d'autres êtres humains : premier rendez-vous amoureux, entretien d'embauche, rendez-vous chez le médecin, balle de match pour ou contre soi au tennis... ou même, pour être encore plus large, l'appréhension d'un événement à haute teneur en stress, qu'il y ait ou non interaction avec d'autres êtres humains : saut du haut du plongeoir de dix mètres, découverte du résultat d'un examen, attente du dernier numéro du tirage du loto alors que l'on a déjà les cinq premiers...

Ne connaissez-vous pas nombre de personnes qui sont drôles, pertinentes et à l'aise pour parler en petit comité et qui sont pétrifiées dès qu'elles sont placées dans une situation de prise de parole en public ? Ce sont bien les circonstances qui les empêchent d'être bonnes, et non pas leurs qualités intrinsèques.

Violaine, une chercheuse en biologie me confiait qu'elle était la plupart du temps parfaitement à l'aise lorsqu'il s'agissait de prendre la parole en public, mais qu'elle pouvait perdre ses moyens si elle était confrontée à des « vieux sages », bref à une situation qu'elle éprouve comme étant impressionnante.

Le trac c'est l'appréhension irraisonnée d'un événement important et stressant, heureux ou malheureux.

Pourquoi est-ce que je tiens tant à élargir le domaine d'action du trac ? Parce que pour moi la règle est simple : mêmes symptômes, même remède. Outre l'information sur les effets positifs du trac, c'est par la pratique que l'on peut l'apprivoiser.

Plongez vingt fois du haut du plongeoir de dix mètres, et vous ne ressentirez plus le même pincement.

Passez le cinquième entretien d'embauche dans la même semaine, et vous ne serez plus soumis aux mêmes effets de la peur.

Une seule solution : être au point

Lisez ce livre et appliquez ce que vous y trouverez. Développez votre technique, prenez confiance, inspirez-vous des techniques des comédiens. Et surtout, pratiquez dans les conditions les plus proches possibles des conditions réelles, c'est-à-dire avec quelqu'un pour vous regarder : que ce soit des proches, des collègues ou même simplement une caméra.

Rappelez-vous quand vous avez appris à conduire une voiture. Au début, tout vous semblait compliqué, absolument pas intuitif et vous vous sentiez gauche et incompetent. Aujourd'hui, quand vous conduisez, votre pied gauche se pose sans que vous y pensiez sur l'embrayage pendant que votre pied droit lâche l'accélérateur, que votre main droite passe la vitesse et que votre main gauche maintient le cap en tenant le volant. Comment en êtes-vous arrivé là ? Par la pratique.

Selon des études psychologiques récentes⁴ « *lorsque nous avons répété une action au point de l'accomplir sans avoir à y réfléchir, des systèmes inconscients sont à l'œuvre, gérant automatiquement les processus nécessaires. Si nous nous focalisons sur les actes à accomplir, par exemple sous l'effet du trac, le traitement conscient interfère avec ce traitement automatique* ». Résultat, il faut à tout prix éviter la nouveauté, afin de se retrouver dans une situation connue et laisser les systèmes inconscients faire leur travail.

Le plus étonnant, c'est que ces mêmes recherches préconisent de ne pas se concentrer avant d'affronter une situation stressante, afin de ne pas mettre en route ce traitement conscient.

Ne pas se concentrer avant votre intervention... cela vous choque-t-il ? Attention ! Ceci est vrai uniquement si vous êtes très bien préparé et que vous avez effectivement mis en place des automatismes gérés par les systèmes inconscients.

Pour étayer son propos, la chercheuse a réparti des golfeurs *expérimentés* en deux groupes : ceux qui pouvaient prendre leur temps avant de faire leur *putt*, et ceux qui devaient jouer immédiatement. Les golfeurs du deuxième groupe ont mieux réussi que ceux du premier groupe, pour lesquels l'autosurveillance a été fatale.

4. S. L. Beilock, et al., « *Putting in the mind versus putting on the green : Expertise performance time and the linking of imagery in action* », in *Quarterly J. of Exp. Psychol.*, vol. 61 (6), pp. 920-932, 2008.
Elisabeth Svoboda, « Comment résister au stress », *Cerveau & Psycho*, n° 33, mai-juin 2009.

En revanche, tentant la même expérience avec des golfeurs débutants, elle a réalisé que les résultats étaient inversés.

Mais dans tous les cas, les débutants ont de moins bons résultats que les expérimentés !

Retenez bien qu'il est contre-productif de vous focaliser sur la concentration et la mise en condition immédiatement avant d'être devant l'auditoire et pendant que vous parlez. En revanche, il est primordial d'avoir travaillé, répété, répété et encore répété. Il est également essentiel de vous donner un maximum d'occasions de prendre la parole en public.

Je n'ai encore rencontré personne qui ait pu m'affirmer : « Mes compétences en prise de parole sont restées les mêmes au fil des années ». En moins de temps que vous ne le pensez, vous passerez de « je suis terrifié à l'idée de commencer mon intervention » à « je vais aimer parler devant ces gens, et je vais être bon ». Le stress aura laissé place au plaisir.

Astuce

Le Professeur Alison Wood Brooks de la Harvard Business School a démontré qu'une bonne stratégie pour lutter contre le trac consiste à le reformuler comme de l'enthousiasme/excitation (« excitement » en anglais).

Pour étayer sa thèse, elle a recruté 140 participants auxquels elle a demandé de prendre deux minutes pour préparer une intervention sur le thème « Pourquoi êtes-vous un bon collègue de travail ? ». Afin de maximiser leur trac, elle leur a précisé que leur performance serait filmée puis jugée. Elle a ensuite divisé les participants en deux groupes.

Les participants du premier groupe devaient dire tout haut la phrase « je suis calme » avant de faire leur intervention. Les participants du deuxième groupe devaient dire tout haut la phrase « Je suis enthousiaste/excité » (« I'm excited »).

Elle a constaté que les participants du deuxième groupe étaient apparus aux yeux des observateurs plus persuasifs, plus compétents, plus confiants et plus tenaces.

Pourquoi répéter avec une caméra ?

Vous avez sans doute été déjà surpris par le son de votre voix sur un enregistrement audio. Souvent même, vous ne l'avez pas aimée. Vous ne reconnaissez pas, non seulement le timbre, mais également le ton, ou le débit, ou encore certains mots parasites, de type « voilà », « quoi », « bon ». Bref,

l'enregistrement ne renvoyait pas l'image que vous aviez de vous-même. Comment prendre conscience de tous ces éléments constitutifs de votre voix sans l'entendre « de l'extérieur » ?

Ce qui est vrai pour la voix l'est également pour l'attitude corporelle.

Il m'est arrivé de coacher des gens qui se balançaient constamment d'un pied sur l'autre et qui ne s'en rendaient pas compte.

Il m'est également arrivé de travailler avec des stagiaires qui avaient le regard qui partait brusquement sur le côté sans raison.

Il m'est même arrivé de voir un stagiaire extrêmement surpris de découvrir en regardant l'enregistrement d'un exercice qu'il avait le sourcil gauche qui se levait et se baissait constamment.

Peut-être ne faites-vous rien d'aussi visible. Avez-vous des tics corporels ou de langage ? Avez-vous les doigts crispés qui s'entremêlent ? La tête baissée ou trop relevée ?

La caméra vous permet de prendre conscience de tous ces petits défauts dont nous allons parler dans les chapitres suivants et qui parasitent votre discours.

C'est bien, mais ce n'est pas tout.

S'entraîner devant la caméra, c'est surtout se placer dans des conditions proches des conditions réelles. Pourquoi ?

Parce que la caméra impressionne par son côté inhabituel. Parce que la caméra est un œil.

Parce que lorsque la caméra tourne, c'est comme lorsque l'on parle en public : on ne peut pas s'arrêter pour recommencer.

Parce que le résultat est immédiat.

Bien entendu, il sera également bon de s'entraîner devant des amis, de la famille, des collègues... Encore une fois, leurs conseils seront parfois précieux, parfois inutiles, parfois franchement « à côté de la plaque », mais c'est surtout parce que ces conditions d'entraînement seront proches des conditions réelles que vous profiterez de ces sessions pour aller vers une maîtrise parfaite de votre trac.

Sur le moyen et le long terme

Les stages et formations à la prise de parole

Il y en a pléthore. Vous y apprendrez généralement les techniques de base de prise de parole. Vous découvrirez en compagnie du formateur vos principaux défauts. Enfin, vous travaillerez presque toujours avec une caméra.

Privilégiez les intervenants ayant à la fois une connaissance du monde de l'entreprise et des arts de la scène. Ils sauront vous donner les clés nécessaires à la réussite de vos prises de parole tout en ayant à l'esprit les contraintes liées au monde professionnel.

Ne négligez pas les formations spécifiques sur la prise de parole avec diapositives (support type PowerPoint). Je vous expliquerai dans un prochain chapitre pourquoi ce type de présentations est presque systématiquement raté et les règles à connaître pour les réussir.

Enfin, si vous êtes amené à prendre la parole en anglais, il est bon de s'entraîner spécifiquement. Des stages existent également.

Reste à choisir entre un stage collectif et un coaching individuel. Les deux ont leurs avantages, leurs inconvénients et leurs spécificités.

Lorsque vous participez à un stage collectif de deux ou trois jours, vous n'effectuez que quelques passages devant la caméra. Vous avez le temps d'identifier vos principaux défauts, de commencer à les corriger et d'avoir les clés pour prolonger ces acquis par un travail personnel.

Mais surtout, par un travail de groupe, vous prenez confiance grâce au regard des autres et à l'émulation. Vous apprenez également à les observer, à relever leurs défauts, leurs qualités et leurs progrès, ce qui vous sera très profitable lorsque vous travaillerez vos propres interventions. On apprend autant en regardant les autres qu'en faisant soi-même.

Enfin, toujours dans l'optique de se placer dans des conditions les plus proches possibles des conditions réelles, lorsque vous prenez la parole vous vous placez non seulement face à la caméra, mais également face aux autres participants.

Si vous optez pour un coaching individuel, vous serez chouchouté pendant plusieurs séances. Vous pourrez réaliser un vrai travail personnel, insister sur chacun de vos défauts et découvrir à votre rythme ce que c'est que d'exister sur une scène.

Surtout, vous pourrez préparer en compagnie de votre coach une intervention particulière. Souvent, son action ira au-delà du simple travail sur la forme, pour se focaliser également sur la structure de votre discours, sur la livraison du message et sur la mise en scène de votre intervention. Enfin, c'est par la relation de confiance que vous développerez avec votre coach que vos progrès seront spectaculaires.

Il est donc important de bénéficier de l'avis de professionnels en ce qui concerne vos prises de parole en public ; en stage collectif pour commencer et en coaching individuel pour prolonger ou pour préparer une intervention spécifique.

Les arts scéniques

Si l'on interroge les gens pratiquant ou ayant pratiqué un art scénique sur le fait que cela a bénéficié ou non à leurs prises de parole, la réponse est unanime : oui.

De quelle manière ?

Pour tous, cela les a aidés à réaliser que quoi qu'il arrive et quels que soient les conditions et les imprévus, ils doivent continuer, gérer et s'ils le peuvent, faire en sorte que cela ne se voie pas. Cela leur a également appris à mieux apprivoiser le trac et à ne plus s'en faire un ennemi. Cela leur a donné le sens de la position qu'ils ont sur scène, de leur occupation de l'espace et de la présence de leur corps. Enfin, et c'est le plus important, cela leur a appris à avoir plus confiance en eux.

Les gens ayant une pratique spécifique du théâtre estiment que cela leur a donné le sens du silence et des ruptures : en un mot le rythme. Cela leur a appris également à entrer dans la peau d'un personnage et à agir en tant que cet « autre ».

Enfin, les gens ayant une pratique de l'improvisation théâtrale ont le sentiment d'avoir largement amélioré leurs capacités de réaction en cas d'imprévu, d'avoir une écoute de leur environnement accrue, d'avoir une capacité de rebond et de mobilisation d'énergie meilleure et enfin d'être capables d'humour de manière plus spontanée et plus fréquente.

Tous constatent que prendre la parole en public est un acte de montée sur scène et de représentation. Est-ce que cela veut dire que vous ne pouvez pas être un bon orateur si vous n'avez jamais pratiqué d'art scénique ? Non, bien sûr, mais vous progresserez plus vite, de manière ludique et dans un cadre détendu si vous essayez. Vous ferez également de belles rencontres !

Le théâtre se pratique dans nombre d'écoles payantes. Certaines, très connues, sont très chères. Il n'est nul besoin de se tourner vers elles si votre ambition est d'améliorer votre prise de parole. Il existe dans la plupart des villes des associations proposant des ateliers animés par des professionnels. Renseignez-vous auprès de votre mairie.

L'improvisation théâtrale se pratique le plus souvent au sein de ligues d'improvisation. Alors qu'elles étaient encore assez rares dans les années 1990, il y en a aujourd'hui pléthore.

Certains s'étonneront que l'on puisse s'entraîner à l'improvisation, art éminemment spontané. On leur rétorquera le vieil adage prisé des pratiquants de cette discipline : « Improviser, ça ne s'improvise pas ».

Qu'entendent-ils par là ? Non pas que les improvisations soient préparées, bien entendu, mais bien que réussir à construire une histoire inédite avec ou sans partenaires nécessite l'acquisition de certains mécanismes qui ne sont pas innés. Parmi ceux-ci, la mise en marche de l'imaginaire et la compréhension de la structure d'une histoire, en particulier de son début, sont essentielles. Notons également la création d'un personnage, l'écoute de ses partenaires et de manière générale de ce qui se passe sur scène et enfin le travail de groupe. Nous y reviendrons.

Le jeu

Peut-on progresser en prise de parole en public en jouant ? Bien entendu !

Il ne s'agit pas de passer des heures à s'agiter devant un écran avec une manette à la main ni même de devenir imbattable aux échecs, mais de privilégier les jeux qui sollicitent le langage et au cours desquels la communication optimale avec votre partenaire est privilégiée.

On peut en citer quelques-uns :

Le **Taboo** se joue par équipes de deux. Il faut faire deviner à son partenaire un mot sans citer ceux présents sur la liste des mots interdits donnée par le jeu.

Comme pour la prise de parole en public, il faut mobiliser toute son énergie pour trouver les mots justes avec la plus grande efficacité. Cette mobilisation est exacerbée par le besoin d'éviter certains termes.

Le **Time's up** est un jeu par équipe en trois manches au cours duquel il s'agit de faire deviner à ses partenaires un maximum de noms de personnages célèbres. La liste de noms est la même à chaque manche.

Lors de la première manche, on peut dire tout ce qu'on souhaite et le partenaire peut donner autant de réponses qu'il le veut. Comme en prise de parole en public, le maître mot est clarté du message.

Au cours de la deuxième manche, on ne peut donner qu'un seul mot et le partenaire ne peut répondre qu'un seul nom. Notez que, grâce à la première manche, on connaît les noms présents. Comme en prise de parole en public, mais à l'extrême, il s'agit d'être concis et de trouver le mot juste.

Enfin, au cours de la troisième manche, il ne s'agit plus de parler mais de mimer le personnage. Comme en prise de parole, il s'agit d'être capable d'user de symboles et d'images afin d'exprimer une idée.

Il était une fois est un jeu dont le but est de raconter une histoire en utilisant les mots ou les phrases présents sur les cartes que l'on a en main. Celles-ci proposent le vocabulaire classique de l'univers du conte. Si l'on prononce un mot présent sur la carte d'un adversaire, on doit passer la main à celui-ci qui pose sa carte et continue l'histoire. Le vainqueur est celui qui a posé toutes ses cartes.

Comme pour la prise de parole, il est important dans ce jeu de réfléchir rapidement à ce qu'on veut dire et de savoir où l'on veut en venir (le plan). De la même manière que les notes en prise de parole, les mots ou les phrases présents sur les cartes sont des étapes obligatoires pour la construction du discours.

Essayez de jouer à ces jeux en y appliquant les techniques de prise de parole en public que nous verrons dans les prochains chapitres. Vous verrez, vous y gagnerez en efficacité et vous deviendrez imbattable ! J'ai personnellement du mal à me rappeler la dernière fois que j'ai perdu au Time's up...

L'observation

J'ai au moins autant appris sur l'art de parler en public en regardant avec un œil avisé certaines prestations qu'en parlant moi-même en public.

Vous non plus, n'arrêtez jamais d'observer les autres dans des situations de prise de parole : à la télévision, au cours d'une conférence, au bureau... Relevez leurs défauts, demandez-vous ce que vous feriez à leur place. Ayez l'esprit critique !

Soyez également à l'écoute de ce qui fonctionne. Observez votre ressenti en tant que spectateur et celui des gens qui vous entourent. Demandez-vous ce qui a pu provoquer telle ou telle réaction et notez mentalement ce qui a fonctionné.

À chaque instant posez-vous la question : suis-je intéressé ou indifférent ? Suis-je touché ou indifférent ? Est-ce que je retiens quelque chose ou rien ?

Votre œil sera de plus en plus acéré et l'observation deviendra une seconde nature.

À retenir

- Sachez à qui vous vous adressez pour que votre discours soit en phase avec les attentes de votre public. Faites en sorte que chacun se sente concerné par ce que vous dites parce qu'une seule chose intéresse votre public : lui-même.
- Réduisez le stress en ayant au préalable une connaissance des lieux et des conditions de votre présentation. Maîtrisez parfaitement votre sujet ou refusez d'intervenir. Votre but, c'est de convaincre vos spectateurs d'adopter votre point de vue sur celui-ci.
- N'écrivez pas la totalité de votre intervention pour la lire ensuite : vous y perdriez le contact avec le public. Ne l'apprenez pas non plus par cœur : vous y perdriez en naturel et en investissement personnel.
- Prenez le temps de la réflexion avant de concevoir votre discours. Utilisez des notes synthétiques qui vous permettront de vous repérer en un clin d'œil.
- Le trac est l'appréhension irraisonnée d'un événement important et stressant. On apprivoise son trac en reconnaissant les bénéfices de celui-ci et en prenant confiance. On prend confiance en étant au point. On est au point en répétant dans des conditions les plus proches des conditions réelles.
- L'enregistrement vidéo est un excellent outil pour répéter.
- Une aide extérieure professionnelle est un réel plus pour surmonter ses difficultés quant à la prise de parole.
- La pratique du théâtre et encore plus de l'improvisation théâtrale sont particulièrement recommandées en raison des parallèles qu'on y trouve avec la prise de parole.
- On peut s'améliorer en s'exerçant à des jeux qui privilégient la communication et surtout en observant les autres en situation de prise de parole.

Chapitre 2

Donnez-leur envie de vous regarder

*Parce que le message ne peut passer
que si vous êtes visuellement impliqué*

« Je ne sais pas trop pourquoi, mais simplement en la regardant, on avait envie de lui faire confiance. »

Il faut qu'une fois qu'on a posé l'œil sur vous on n'ait plus envie de le poser ailleurs. Attention, ne croyez pas que vous n'avez aucune chance d'être écouté si vous n'avez pas le physique de Brad Pitt ou de Scarlett Johansson. Je vous propose par « donnez-leur envie de vous regarder » d'avoir conscience de votre image, de regarder votre public afin qu'il vous regarde également et enfin de travailler sur votre posture et votre gestuelle. Je ne vais pas vous dire de faire telle ou telle chose, mais plutôt vous donner des outils pour que votre posture et votre gestuelle appuient et soient le prolongement de votre discours.

Quelle image renvoyez-vous ?

Nixon-Kennedy 1960

En 1960, le président des États-Unis Dwight Eisenhower ne peut plus concourir pour l'élection présidentielle puisqu'il est en train de terminer son second mandat. C'est donc le vice-président républicain Richard Nixon qui se retrouve opposé au jeune démocrate John Kennedy, vainqueur haut la main de la primaire de son parti.

Les quatre débats Kennedy-Nixon, pour la première fois télévisés, sont le tournant de la campagne. Pour le premier débat, Nixon ne se prépare pas correctement. Il s'épuise à faire campagne dans les États quelques heures avant, n'est pas encore remis d'un récent séjour à l'hôpital, refuse de porter du maquillage. Résultat, il apparaît amaigri, fatigué, malade et mal rasé.

Le jeune Kennedy, lui, a bien compris l'enjeu de la télédiffusion. Il se repose, porte du maquillage, est en forme. Il apparaît confiant à l'image. Le résultat est sans appel. Parmi les soixante-dix millions d'Américains qui ont regardé le débat à la télévision, l'immense majorité estime que Kennedy sort vainqueur. Ce qui est plus surprenant, c'est que les Américains ayant écouté le débat à la radio, estiment en majorité que c'est au contraire le vice-président Nixon qui a été le plus convaincant.

Pour les autres débats, Nixon corrige le tir. Il reprend du poids, se repose et porte du maquillage. Résultat, les observateurs estiment qu'il remporte les deuxième et troisième rencontres et que la quatrième est un match nul.

Que doit-on retenir de cette anecdote ? Que le visuel est essentiel. Kennedy fut un des premiers à le comprendre. Sa communication exemplaire a été ensuite reprise et développée, que ce soit aux États-Unis ou dans d'autres pays. L'élection de Nicolas Sarkozy en 2007 est en grande partie à mettre au crédit d'une machine de guerre très impressionnante en matière de communication.

En 2008, le scénario Nixon-Kennedy s'est reproduit avec Obama-McCain. Non pas que McCain ait refusé le maquillage où qu'il n'ait pas été au courant de l'importance de l'image dans une telle élection, mais beaucoup d'observateurs ont noté qu'au cours du premier débat, John McCain ne regardait jamais son interlocuteur directement dans les yeux. Au cours du second débat, il a été relevé que le candidat républicain manquait de stabilité sur ses appuis lorsque son adversaire parlait. Une fois encore, l'impression de manque de confiance en soi a perdu le candidat.

Pour que votre auditoire soit attentif et convaincu, il faut qu'il vous fasse confiance. Pour qu'il vous fasse confiance, vous aurez besoin de soigner votre allure générale et votre confiance en vous-même.

L'allure générale

Sachez que votre allure générale constitue, avant même que vous commenciez à parler, la première impression que votre auditoire aura de vous, de la même manière qu'on se forge une impression relativement tranchée en quelques secondes lorsque l'on rencontre quelqu'un pour la première fois. Elle ne peut donc pas être neutre. Vous souhaitez donner une certaine image à votre auditoire, faites tout pour être en accord avec celle-ci.

Cette image doit d'abord correspondre à celle de la position que vous occupez dans le lieu où vous vous trouvez au moment où vous parlez.

Si vous êtes un directeur commercial venu présenter dans une salle de réunion un nouveau produit aux commerciaux, vous ne serez pas crédible si vous êtes en short.

De même, si vous êtes animateur d'un club de vacances et que vous recevez les vacanciers en costume-cravate, vous ne gagnerez pas non plus leur confiance. Si vous portez tout de même le short, mais que vous êtes blanc comme un cachet d'aspirine, cela ne fonctionnera pas non plus.

Si vous travaillez dans un établissement financier, vous porterez certainement un costume sombre avec une cravate très sobre et une chemise claire tous les jours au bureau. En revanche, si vous êtes le PDG d'une start-up spécialisée dans les nouvelles technologies, vous serez peut-être porté vers la tenue jean-basket-pull. Sauf si vous venez défendre votre projet devant un banquier... vous endosserez alors le costume réglementaire.

Pourquoi ? Tout simplement parce que votre public sera toujours plus convaincu par votre discours s'il peut s'identifier à vous. Adopter les codes des personnes à qui vous parlez vous permet de les amener plus facilement à adopter votre point de vue.

Il y a une exception à cette règle : celle de la légende vivante. C'est ce que relève Carmine Gallo sur Steve Jobs⁵ faisant valoir que par son statut particulier, le PDG d'Apple pouvait se permettre de porter un jean, un pull et des baskets dans toutes les circonstances. Il rappelle que, même pour lui, ça n'a

5. Carmine Gallo, Les secrets de présentation de Steve Jobs, éditions Télémaque.

pas été toujours le cas. Vous n'êtes peut-être pas encore une légende vivante : ne cultivez pas votre côté rebelle.

La confiance en soi

Travailler la confiance en soi relève parfois d'un long chemin qui, pour certains, passe par un vrai travail individuel et une profonde remise en question. Ce n'est bien entendu pas l'objet de ce livre.

Comment avoir confiance en soi lors d'une prise de parole et donc inspirer la confiance chez les autres ? En démarrant bien. Cela passe par :

Vous mettre en condition

Respirez un grand coup. Rappelez-vous que les gens sont là pour vous écouter, qu'ils reconnaissent en vous un expert de votre domaine et que surtout ils ne sont pas malveillants, bien au contraire. Personne ne souhaite que vous échouiez, à commencer par votre public.

Entrer en souriant

Posez votre regard sur des visages ouverts et bienveillants. Continuez à sourire. Laissez l'auditoire vous regarder. Souriez toujours. En particulier, ne vous excusez pas à l'avance de votre manque d'expérience, de confiance... C'est dévastateur.

Prononcer votre première phrase avec assurance

C'est la seule que vous devrez avoir apprise par cœur. Nous verrons dans un chapitre ultérieur l'importance de ce que vous dites à ce moment-là, au moment où vous devez accrocher votre public.

Continuer

Concentrez-vous encore sur les visages bienveillants. Clotilde, qui est auteure de livres gastronomiques, me confiait récemment que c'était pour elle une source de prise de confiance indispensable lorsqu'elle présente ses ouvrages. Pour elle, constater que son public passe un bon moment en voyant leurs visages ouverts et attentifs est très gratifiant.

Ayez l'air sûr de vous, même quand vous ne l'êtes pas. À partir du moment où le début se passe bien, vous êtes sur des rails. Il vous suffit de veiller à ne pas en sortir et le tour sera joué.

Prendre confiance en soi, cela passe aussi, nous l'avons vu dans le chapitre sur le trac, par de l'entraînement. Plus vous répéterez, plus vous accepterez

les occasions de prendre la parole, plus vous considérerez le fait de parler dans la vie de tous les jours comme un entraînement à la prise de parole en public, et mieux vous y arriverez. Mieux vous y arriverez et plus vous aimerez ça. Plus vous aimerez ça et plus vous aurez envie de recommencer. Et ainsi de suite.

Il vous suffit d'accepter de démarrer l'effet boule de neige, pour qu'en moins de temps que vous ne le pensez vous adoriez prendre la parole en public.

Nicolas, un des experts mondiaux de l'origami (l'art du pliage du papier), me confiait qu'il y a quelques années il redoutait de prendre la parole en public. Aujourd'hui, il y prend tellement de plaisir qu'il s'offre le billet d'avion tous les ans afin d'aller à New York parler de son métier devant des centaines de passionnés. Cela pourrait être vous !

Prendre confiance en soi enfin, cela passe par relever et reconnaître ses propres points forts.

Julien, qui est directeur informatique et comédien-improvisateur m'a récemment confié qu'il n'a aucun mal à prendre la parole sur une scène, mais que dès qu'il se retrouve dans le cadre familial ou professionnel il a les plus grandes difficultés à s'exprimer clairement, aisément et de manière fluide. Julien devrait analyser ses points forts lorsqu'il participe à un spectacle, et les développer dans les réunions familiales et au travail. Il prendrait vite confiance.

Ne percevoir que le négatif d'une situation est un mal bien français. Cependant, l'immense majorité des trains partent et arrivent à l'heure !

Énumérer, reconnaître, affirmer vos points forts vous permet d'aborder vos prises de parole de manière positive et volontaire, et non pas en traînant les pieds. Vos points forts sont les points d'ancrage de votre confiance !

Regardez votre public

Le pouvoir du regard

Les qualificatifs du mot « regard » sont légion : qu'il soit critique, perçant, discret, inquiet, éteint, provocant, séducteur, pénétrant, froid, d'acier, franc ou en coin, le regard inspire le langage.

« Deux personnes qui se regardent dans les yeux ne voient pas leurs yeux mais leurs regards », disait le cinéaste Robert Bresson. C'est une belle manière de souligner le fait que les yeux expriment plus que n'importe quelle autre

partie du corps les émotions de celui qui porte un regard. Ne dit-on pas qu'il est important de « sourire avec les yeux » ? Un sourire exécuté uniquement par la bouche n'exprime rien.

Le regard est utilisé pour transmettre : votre interlocuteur sera infiniment plus réceptif à ce que vous lui dites si vous le regardez dans les yeux.

Le regard est utilisé pour séduire.

Le regard est utilisé pour convaincre.

Le regard est utilisé pour écouter : par le regard, vous montrez à votre interlocuteur que vous êtes attentif à ce qu'il dit et vous lui rendez compte des émotions que cela vous procure.

En conséquence, par le regard, vous maintenez un contact, une conversation visuelle. Par le regard vous échangez puisque vous transmettez.

C'est par le regard que vous convaincrez votre auditoire que vous êtes digne de confiance, fort, efficace. Quelqu'un qui ne regarde pas dans les yeux, c'est quelqu'un qui a quelque chose à cacher.

Enfin, Alfred de Musset écrivait que « tout vrai regard est un désir ». Un désir de communiquer.

Comment regarder ?

Nous l'avons vu précédemment, la première chose à faire quand vous vous présentez devant l'auditoire, c'est d'en regarder les membres afin d'établir une communication franche. Et comme le regard est une question d'échange, veillez à bien prendre le temps de cet échange avant de commencer à parler.

Il faut ensuite que, durant votre intervention, vous mainteniez ce contact visuel. Non pas avec votre auditoire, mais avec chaque membre de votre auditoire. Comment est-ce possible ?

Il vous suffit de regarder vos spectateurs les uns après les autres, chacun pendant au moins trois secondes, en prenant bien soin de balayer l'ensemble de la salle. Ne négligez pas un côté ou le fond ! Vous aurez, après quelques minutes devant une assemblée moyenne, regardé la majorité des gens présents dans la salle. Par émulation, chacun se sentira concerné personnellement par ce que vous racontez.

J'insiste sur le fait que votre regard doit durer plusieurs secondes dans les yeux de chaque personne avec laquelle, de cette manière, vous communiquerez personnellement.

Astuce

Si regarder les gens dans les yeux constitue une gêne pour vous, regardez-les au niveau du front ou entre les deux yeux, l'effet est le même.

Pour vous entraîner

- Quotidiennement

Tous les jours, dans toutes les situations où vous êtes amené à prendre la parole devant plusieurs personnes, pensez à regarder tous les gens dans les yeux tour à tour : avec vos collègues à la cantine, en réunion de travail, en faisant la queue devant le cinéma avec vos amis, etc.

- En groupe

Chaque membre de l'auditoire (en sélectionner dix si le groupe est trop important) lève la main. Il ne la baisse que lorsqu'il a pu compter qu'il a été regardé dans les yeux par l'orateur pendant trois secondes. L'exercice se termine lorsque tout le monde a le bras baissé.

Adoptez une posture dynamique

Il est utile de le répéter : c'est par votre enthousiasme, votre passion, votre sincérité et votre dynamisme que vous réussirez à emporter l'adhésion de votre public. Ces éléments trouvent racine dans votre attitude. Il est important de vous réapproprier votre corps afin qu'il ne soit pas quelque chose dont vous ne savez que faire lors de vos prises de parole, mais un élément clé dans la diffusion de votre point de vue.

Assis ou debout ?

Parfois vous aurez le choix. Souvent non. Pour les séminaires d'entreprise, la mode est actuellement aux canapés plutôt assez bas avec une table basse également pour poser ses notes, créant une ambiance *cosy* et une détente apparente. Je dis bien « apparente », car pour l'orateur débutant, il est encore plus difficile d'être détendu assis dans un canapé que debout.

De manière générale, il est tentant de décider d'être assis. On se sent en sécurité, on a l'impression d'avoir moins de choses à gérer. On pense que cela n'a aucun impact sur le public par rapport à la position debout. C'est une erreur.

Insistez pour être debout. Vous serez plus libre de vos mouvements. Et c'est en étant libre que vous pourrez le mieux jouer avec votre corps et mettre en œuvre toute la palette de comédien que vous allez développer. Vous pourrez également vous déplacer, ce qui donnera plus de dynamisme à votre discours. Enfin vous serez plus présent, plus visible, plus « avec » votre public.

Certains comédiens de one man show jouent leur spectacle entièrement assis. C'est le cas de Mike Daisey, un comédien américain qui se produit seul sur scène en abordant des sujets politiques et sociaux. Allez voir ses vidéos sur YouTube pour le constater vous-même : Mike Daisey reste assis même pendant les saluts. J'ai eu la chance d'assister à un de ses spectacles lorsque j'habitais à New York en 2008, la performance est époustouflante ! Seuls quelques grands comédiens peuvent se permettre cela. Ce qu'il ne donne pas par ses déplacements, il le produit avec le haut de son corps, sa voix, son jeu. Il est assis, mais ne se repose jamais. Ne vous y risquez pas, il faut des années de métier pour réussir une telle performance.



***Vous avez moins de liberté de mouvement assis que debout,
et votre performance s'en ressent.***

Pupitre ou non ?

La réponse va elle aussi dans le sens d'avoir le plus possible de liberté. Le pupitre donne une impression de confort et de sécurité, mais le risque est de se retrancher derrière cette muraille afin de se défendre contre celui qu'on considère trop vite comme un ennemi : le trac. Avec le pupitre on a envie de se cacher et de s'accrocher. On le considère comme une bouée de sauvetage, un

point d'ancrage... On y pose ses notes, on y agrippe ses mains, on y dépose le regard, bref on l'utilise comme un moyen de se détourner de la vraie situation : la communication, le lien avec le public. Encore une fois, le pupitre vous empêche d'être libre de vos mouvements et de développer votre communication avec le public à l'aide de votre meilleur outil : votre corps.

Il est des circonstances particulières où le pupitre est de rigueur, notamment en politique. Encore que certains politiciens, comme Barack Obama, se présentent de plus en plus debout, sans support, devant leur public. Et lorsque le président des États-Unis parle derrière un pupitre, ses mains bougent, son corps est en mouvement. La plupart des orateurs débutants ont les mains accrochées au côté du pupitre, plus ou moins crispées. La liberté imposée par l'absence de celui-ci les affranchirait sans aucun doute de cette prison oratoire.



Si vous utilisez un pupitre, vous risquez de perdre le lien avec votre public.

Le langage du corps

Également appelé « communication non verbale ».

Si vous consultez les ouvrages et les sites Web consacrés à la prise de parole, vous êtes presque chaque fois initié à la fameuse règle des « 7 % - 38 % - 55 % » établie par Albert Mehrabian. Selon cette règle 7 % de la communication est verbale (les mots), 38 % de la communication est vocale (la voix), 55 % de la communication est visuelle (le visage et le corps). Est-ce que cela ne vous semble pas étrange ? Avez-vous vraiment le sentiment que

la majorité du message sera comprise si l'on coupe le son d'une intervention filmée ? Bien sûr que non.

La voix est très importante et les mots le sont également. C'est l'objet de ce livre de démontrer que les trois se complètent.

L'erreur réside dans le fait que cette règle est présentée de manière incomplète. Albert Mehrabian précise sur son site Internet⁶ la chose suivante après l'énoncé de son équation : « *Remarquez que cette équation (...) est issue d'expériences qui concernent la communication des sentiments et des états d'esprit (c'est-à-dire « j'aime », « j'aime pas »). Cette équation n'est applicable que si une personne parle de ses sentiments ou de son état d'esprit. »*

En d'autres termes, si la personne à qui vous offrez des chocolats vous dit « ils sont excellents » en faisant la moue, vous conclurez facilement qu'elle ne les aime pas.

Dans une intervention habituelle au cours de laquelle la nécessité est, nous l'avons vu plus haut, de convaincre, le corps ne se substitue donc pas aux mots et à la voix, il les complète et en est le prolongement.

Le corps parle par le visage : faire une grimace de dégoût, écarquiller les yeux d'étonnement, être rouge de colère...

Le corps parle par les attitudes : se pencher pour confier un secret, reculer de peur, sauter de joie...

Le corps parle enfin par les gestes : pointer du doigt, mettre les bras en l'air, faire la prière...

Votre corps a beaucoup à dire sur vos émotions et votre état d'esprit. C'est aussi ce que les gens veulent connaître lorsqu'ils viennent vous écouter et vous regarder.

L'ancrage au sol

Je me souviens avoir assisté à un meeting politique étant enfant, donné par un candidat au conseil général soutenu par mes parents. Évidemment, les thématiques abordées étaient trop compliquées pour soutenir mon attention. En revanche, j'avais été marqué par le fait que le candidat en question se balançait d'un pied sur l'autre en parlant, et j'avais la sensation que toute la salle ne pouvait rien faire d'autre qu'être perturbée par ce déséquilibre, qu'ils en avaient

6. <http://www.kaaj.com/psych/>

presque le mal de mer et que la transmission du message s'en ressentait. Le candidat aurait dû être ancré au sol.

Être ancré au sol, cela veut dire avoir les pieds posés dans une position confortable, ne pas être en déséquilibre, avoir conscience de ce sol et donc ne pas bouger les pieds de manière incontrôlée. C'est surtout ne pas faire les cent pas.

Pourquoi est-ce important ? Parce que, comme tous les gestes et les mots incontrôlés, la non-stabilité n'est en rien liée au message que vous voulez faire passer. Donc elle le parasite. Résultat : certains vont plus ou moins consciemment se focaliser sur votre instabilité, votre attitude générale donnera une impression de brouillon et vous serez moins crédible. On vous jugera moins digne de confiance.

D'autre part, être ancré au sol vous permet de trouver calme, sérénité et de rassembler vos idées. Vous avez besoin d'avoir une position stable, d'une tenue verticale pour avoir vos idées en ordre.

Bref, l'ancrage au sol vous garantit de créer un lien solide avec votre public et d'être dans des conditions optimales pour que votre message soit compris et retenu.

Le candidat a perdu l'élection.

Les différentes postures

Votre posture est importante. Elle donne des renseignements inconscients sur votre état d'esprit et peut en conséquence servir ou au contraire desservir votre objectif.

Êtes-vous en expansion (jambes, bras ouverts), symbole de domination ? Ou plutôt en contraction, symbole de soumission ?

Êtes-vous plutôt dans une posture d'approche, en avant, marquant l'action ou de rejet, en arrière, marquant la fuite ?

Ne vous forcez pas à adopter telle ou telle posture qui ne vous serait pas naturelle. Le public le percevrait. Prenez plutôt conscience de ces différentes postures et de celles qui vous sont le plus familières et utilisez-les à bon escient.

Votre posture est le prolongement de votre discours, elle participe au message. Ayez donc juste à l'esprit que votre corps doit respecter les règles de dynamisme et de communication avec le public.



Soyez bien ancré au sol comme à gauche. Les positions de déséquilibre, comme à droite, desservent la transmission de votre message.

Pour vous entraîner

- Individuellement

Si vous avez tendance à trop baisser la tête ou au contraire à trop la relever, essayez de parler avec une paire de chaussettes roulée en boule posée sur le haut de votre crâne sans la faire tomber. Continuez à regarder chaque personne de l'auditoire.

Les déplacements

Je vous ai encouragé à travailler votre ancrage au sol et en particulier à éviter de faire les cent pas, de balayer la scène de long en large.

Est-ce que cela veut dire que vous ne pouvez pas vous déplacer ? Absolument pas. Mais il faut que chaque déplacement soit motivé, intentionnel : vous vous approchez de l'auditoire pour lui poser une question, vous interpellez une personne qui a fait une réflexion, vous reculez pour jouer la peur face à un nouveau produit, vous changez de place pour marquer la transition entre deux

idées... Ne vous déplacez pas juste parce que vous n'avez pas bougé depuis un moment : ce serait artificiel.

Ne faites pas de grands pas, ils perturberaient votre discours. Soyez sobre et juste dans vos déplacements. Raisonner toujours en termes d'implication du public.

Adoptez une gestuelle naturelle

Le langage des gestes

La gestuelle est le prolongement naturel de la parole. C'est pourquoi il ne me semble pas judicieux de travailler, répéter tel ou tel geste pour souligner telle ou telle idée, au risque de révéler une mise en scène calibrée et mécanique. Si vous avez observé les meetings de François Hollande au cours de la campagne pour les élections présidentielles de 2012, vous aurez observé que le candidat effectuait régulièrement un moulinet avec un ou les deux bras. Il est certain que ce geste lui avait été soufflé par un conseiller en communication : « cela symbolise le rassemblement ! ». Le Président en usait et abusait, dépouillant ainsi le geste de cette symbolique. L'émission satirique « Le Petit Journal » de Yann Barthès ne s'y est pas trompée, raillant la gestuelle artificielle du Président, ainsi que l'humoriste-imitateur Gérard Dahan, qui lui fait dire « je fais des gestes qui n'ont rien à voir avec ce que je dis ».

C'est par un travail global sur le corps que votre gestuelle prendra son essor et existera presque à votre insu. C'est aussi par une prise de conscience et une élimination des gestes parasites que votre communication sera plus fluide.

Sachez cependant que votre gestuelle se doit d'être sobre. Une profusion de gestes brouillera votre message.

petit, frapper le poing contre la paume pour exprimer une situation de combat, se tapoter la tempe avec l'index pour illustrer la folie, etc. ;

- les gestes *ponctuateurs*. Ils rythment le discours et n'illustrent pas une idée : l'index dressé qui s'agite au fur et à mesure que l'on expose ses arguments ;
- et enfin, les gestes *adaptateurs*. Ils n'ont pas de rapport avec le contenu verbal. Ce sont ces derniers qui vont nous intéresser.

Les gestes adaptateurs

Il peut s'agir de gestes d'autocontact : remise en place systématique d'une mèche de cheveu qui ne mettra pas une seconde à reprendre sa position initiale, démangeaisons, jeu avec les doigts... Il peut s'agir de manipulation d'objets : stylo, télécommande pour passer les diapos, remontée des chaussettes pour certains orateurs assis, jeu avec une bague...

De la même manière que les tics de langage (les « euh », par exemple) il faut les traquer. Filmez vos interventions, repérez quels sont vos tics gestuels (ou bien demandez à quelqu'un de vous les signaler). À chaque nouvelle intervention, prenez conscience des moments où vous faites ces gestes parasites et gomez-les. Repérez ce genre de gestes chez les autres orateurs. Demandez-vous si vous avez les mêmes et s'ils font obstacle à la clarté du message.



Observez les hommes politiques et autres orateurs professionnels : ils n'ont aucun geste adaptateur. Ils savent bien que tout ce qui parasite leur discours les dessert.



Les gestes adaptateurs parasitent votre discours.

Astuce

Regardez un film de votre présentation en avance rapide. Vous y repérerez mieux les gestes récurrents et les schémas répétitifs.

Des gestes pour appuyer votre discours

Nous l'avons vu, nos gestes sont le prolongement de notre discours. Le travail principal consiste donc majoritairement à éliminer les gestes parasites pour conserver une gestuelle sobre.

Cela ne veut bien entendu pas dire que le but est d'éliminer toute gestuelle, bien au contraire ! Multipliez les gestes positifs : gestes extravertis, ouverts, rassurants, précis...

Éliminez les gestes « barrières » plus ou moins conscients : croiser les bras, mettre les mains dans les poches de manière excessive...

Comme pour la posture et l'attitude générale, placez-vous en mode enthousiaste, accueillant, confiant, et votre gestuelle suivra.

« Je ne sais pas quoi faire de mes mains »

C'est une phrase que l'on me dit souvent dans les formations à la prise de parole en public. Et pourtant c'est simple : il faut que vous vous entraîniez à utiliser au maximum les gestes métaphoriques, ceux qui accompagnent le verbal

par une illustration concrète. Illustrez tout ce que vous dites. Vous aurez peut-être le sentiment d'être parfaitement ridicule mais demandez à quelqu'un : cela est tout à fait naturel et donne du relief à votre propos.

Cela illustre également visuellement ce que vous transmettez à votre public. De ce fait vous marquez « émotionnellement » votre public en faisant appel à deux de leurs sens : l'ouïe parce qu'ils vous écoutent, et la vue parce qu'ils vous regardent illustrer vos propos par votre gestuelle. Le psychologue Richard Mayer a prouvé qu'une information reçue via deux sens est mieux retenue que via un seul sens.

Enfin, une récente étude a été menée sur ce qui faisait le succès de telle Ted Talk par rapport à une autre (le site ted.com propose des conférences sur divers sujets menées par des orateurs de grand talent et de grande renommée). Il a été démontré qu'il y avait une relation directe entre le nombre de gestes faits par l'orateur et la popularité de la conférence sur internet !

Pour vous entraîner

- Individuellement

Si votre gestuelle est trop timide, coincée, racontez un événement inventé avec beaucoup de détails visuels. Exemple : vous avez été témoin d'une altercation entre deux automobilistes. Racontez ce que vous avez vu en nous montrant les deux voitures, en mimant la sirène de la police, etc.



Ce genre de geste risque de vous empêcher d'établir le lien avec votre public.



***En croisant les mains dans votre dos, vous vous interdisez de faire des gestes.
C'est une manière de vous autocensurer.***



De la même manière que croiser les mains dans votre dos, mettre les mains dans vos poches vous empêche de prolonger votre discours dans votre gestuelle.

À retenir

- L'image que vous renvoyez a une influence sur vos capacités de conviction.
- Votre allure générale doit être en accord avec la position que vous occupez au moment où vous parlez.
- C'est parce que vous aurez confiance en vous que les autres auront également confiance en vous. Mettez en avant vos points forts pour augmenter votre confiance !
- Il faut que vous regardiez les membres de l'assistance dans les yeux. Le regard a un immense pouvoir !
- Préférez parler debout qu'assis pour avoir plus de liberté et plus de dynamisme.
- Préférez pouvoir vous déplacer plutôt que de rester derrière un pupitre pour les mêmes raisons. Déplacez-vous à bon escient.
- Vous devez être en contact avec le sol : évitez le balancement. Ayez une posture dynamique et vers le public.
- Ayez une gestuelle sobre. Gommez les gestes parasites, dits « adaptateurs ». Éliminez les gestes du type croisement de bras pour conserver des gestes ouverts.

Chapitre 3

Donnez-leur envie de vous écouter

Pour qu'ils ne s'endorment pas

« Sans m'en rendre compte, j'ai arrêté d'écouter l'orateur dès la première minute. Pas de voix, pas de pêche... »

La culture de l'écrit est tenace en France. La langue est magnifique, des écrivains, poètes, philosophes et journalistes lui ont donné et lui donnent encore aujourd'hui ses lettres de noblesse.

Certes.

Mais il vous est certainement déjà arrivé de vous dire en écoutant un orateur que si son intervention devait être parfaitement compréhensible, limpide et efficace à l'écrit, il en était tout autre à l'oral. Parce qu'une intervention orale est tout sauf un texte écrit puis dit.

La manière de commencer n'est pas la même.

Les mots ne sont pas les mêmes. La langue n'est pas la même.

Vous ne disposez pas de ponctuation, de paragraphes, d'indentation et de caractères gras ou italiques lorsque vous prenez la parole. C'est vous qui les faites ressentir.

Inutile de parler devant des gens si vous n'êtes pas dans la démarche de donner du corps, de l'énergie, de l'enthousiasme à vos propos. Il faut que vous donniez envie qu'on vous écoute.

Choisissez vos mots... ou plutôt, ne les choisissez pas trop ! Si vous réfléchissez à la tournure exacte, au mot qui fera mouche et que vous tentez des phrases trop longues, vous allez perdre en naturel.

Parlez à votre public comme vous parlez tous les jours ! C'est-à-dire avec des phrases courtes, des mots simples et sans fioritures.

Bannissez bien entendu toute forme de jargon, à moins d'être en compagnie d'experts du même sujet que vous.

Ne lancez pas plus d'une idée par phrase.

Vous ne serez pas satisfait de votre prestation parce que vous aurez employé un imparfait du subjonctif ou que vous aurez parlé comme Pierre Desproges, mais bien parce que votre message aura fait mouche. Veillez toutefois à éviter les fautes de français et le langage grossier.

Yannick, qui s'occupe d'une association de passionnés de cinéma, avait un jour invité un metteur en scène à parler de son œuvre. Celui-ci s'est révélé pédant, cassant, avec une volonté d'étaler son savoir plutôt que celle de partager son expérience. Résultat : son auditoire s'est senti bête de ne pas connaître les références qu'il évoquait et en colère d'être ainsi pris de haut.

Ne vous écoutez pas, mais faites en sorte qu'on vous écoute. Et n'oubliez pas que la réussite de votre intervention se mesure également au fait que votre public en ressort en se disant qu'il est plus intelligent ou savant.

Variez le ton

Les spécificités de la langue française

Il existe un grand nombre de langues dans le monde. On peut classer la grande majorité d'entre elles en trois catégories : les langues à accent tonique, les langues à système tonal et les langues à accent de hauteur. L'objet de ce livre n'est pas de rentrer dans le détail des différences entre ces groupes, mais il

faut retenir que chaque langue appartenant à l'un d'entre eux voit certaines syllabes ou certains mots se distinguer des autres par leur hauteur ou leur intensité. En Europe, la majorité des langues ont un accent tonique.

Le français fait exception. Les spécialistes eux-mêmes ne parviennent pas à se mettre d'accord pour décider si notre langue possède un accent tonique ou pas ! S'il existe, il est très peu marqué.

Résultat : le français est une langue beaucoup plus monocorde que l'anglais, l'italien, l'espagnol, etc. Par conséquent, il est assez courant d'assister à des interventions ronronnantes, sans modulations et, au final, soporifiques.

Les ruptures

Le français n'est ainsi pas la langue la plus propice à la prise de parole. De plus, il est difficile pour le cerveau humain de soutenir son attention de manière continue au-delà d'une dizaine de minutes. Comment s'en sortir avec ces handicaps ?

En donnant de la vie à votre discours, ce qui passe nécessairement par des ruptures. Qu'est-ce qu'une rupture ? C'est un changement soudain de l'état des choses. Appliquée à l'intervention orale, cette définition peut se préciser en un changement soudain dans le ton, la force ou la hauteur de la voix, dans le débit... ou tout simplement par un silence.

En d'autres mots, une rupture désigne tout ce qui pourra relancer l'attention de votre auditoire par un changement remarquable.

Bien entendu, il faut que ce changement soit cohérent dans votre discours.

Quelques exemples :

- Vous ajouterez un silence lorsque vos spectateurs auront besoin de temps pour digérer l'idée un peu complexe que vous venez d'énoncer. Peut-être répéterez-vous à nouveau cette idée s'il vous semble qu'elle n'a pas été bien comprise.
- Vous poserez une question en haussant la voix et en vous déplaçant vers l'avant de la scène si vous sentez que votre auditoire lâche un peu. Vous répondrez ensuite à cette question dite « rhétorique » : une question qui n'en est pas vraiment une puisque c'est vous-même qui y répondez.
- Vous jouerez un personnage, en modulant légèrement votre voix ou votre posture, pour illustrer votre propos.
- Vous ferez un peu d'humour pour rendre le tout plus souriant, distrayant, etc.

Trouvez, vous aussi, quelles ruptures vous pouvez apporter à votre discours !

Enfin, et c'est le plus important, vous vous efforcerez de jouer les émotions, les sentiments et les sensations que vous voulez faire passer. Nous détaillerons ce point dans le chapitre « Soyez comédien ».

Pour vous entraîner

- Individuellement

Choisissez une phrase tout à fait banale, du style : « J'aime les pâtes à la bolognaise » et trouvez les mille et une manières de le dire. Ne vous arrêtez qu'après vous être exercé pendant au moins cinq minutes. Variez le ton, marquez des pauses à différents endroits. Mettez-y de la conviction et essayez plusieurs phrases !

L'enthousiasme

Pourquoi ? Parce que, de la même manière que le fou rire ou le bâillement, l'enthousiasme et la passion sont communicatifs. Les gens passionnés sont passionnants ! Partagez cette passion, c'est essentiel.

Le sujet dont vous parlez est extraordinaire. Si vous en doutez, il faut que vous vous mettiez en position de le croire, sinon il ne faut pas en parler.

Malheureusement, il y a en France une tendance traditionnelle à concevoir tout raisonnement suivant le prisme du cartésianisme. Lorsque je dis « tout raisonnement », j'englobe tout naturellement les raisonnements oraux.

René Descartes dans *Le discours de la méthode*⁸ évoque entre autres concepts celui de la dualité de l'âme et du corps. Pour lui, ce que ressent le corps (les émotions) n'a aucune influence sur la pensée et toute décision trouve sa source dans un calcul froid et rationnel. C'est précisément sur ce point que le neurologue américain Antonio Damasio le contredit dans son ouvrage *L'erreur de Descartes*⁹, publié en 1995.

C'est en étudiant un patient prénommé Elliot qu'il a commencé à construire sa théorie, selon laquelle toutes nos décisions sont fortement influencées par nos états émotionnels. Elliot menait une vie équilibrée et heureuse sur le plan familial comme professionnel, jusqu'à la découverte d'une tumeur au cerveau qui a nécessité une opération. Suite à l'ablation de la tumeur, Elliot a conservé en apparence toutes ses facultés intellectuelles : ses tests de QI montraient d'excellents résultats. En revanche, il n'était plus le même homme : quittant

8. http://fr.wikisource.org/wiki/Discours_de_la_méthode

9. Antonio R. Damasio, *L'erreur de Descartes*, Odile Jacob.

son épouse, incapable de conserver son travail, il a fait des choix désastreux et détruit sa vie professionnelle et personnelle. Lors d'un test, le neurologue lui montra des photographies chocs de personnes blessées lors d'accidents : Elliot ne montra pas la moindre réaction. Damasio comprit ainsi que son patient avait été privé de ses émotions par l'ablation de la tumeur et du tissu cérébral endommagé par celle-ci, et que cela était la cause de ses échecs répétés.

Pour Damasio, l'émotion, nécessaire à la survie, fait partie de la raison. En conséquence, les émotions interviendraient dans la prise de décision rationnelle. « Le cœur a ses raisons que la raison est loin d'ignorer » nous dit la quatrième de couverture. Les experts en marketing le savent bien, eux qui savent nous vendre des produits dont nous n'avons pas besoin.

Résultat : puisque, on l'a vu précédemment, le but de toute intervention est de convaincre son public, il faut que vous jouiez sur leurs émotions afin qu'ils « prennent la décision » d'être d'accord avec vous.

Cela va à l'encontre des croyances bien ancrées en beaucoup d'entre nous, convaincus comme Descartes qu'un discours rationnel proprement argumenté et démontré suffit à rallier qui que ce soit à votre cause.

Donnez-vous à fond ! Vous aurez peut-être la sensation d'en faire trop et vous voudrez vous autocensurer par peur du ridicule. Ne vous inquiétez pas : il est normal de ne pas oser au début. Vous aurez certainement à vous faire violence pour admettre que prodiguer à vos auditeurs des émotions joue en votre faveur. Mais croyez-moi, tentez l'expérience, franchissez la barrière, vous ne serez pas déçu.

Lorsque je pousse un stagiaire à dépasser ses inhibitions, à insister sur les mots importants, bref à faire le spectacle lors de la répétition d'une intervention qu'il a à réaliser, j'entends souvent des remarques du type : « ah bon, tu es sûr ? », « là quand même, c'est un peu exagéré », « il y aura des gens importants dans la salle »...

Et alors, les gens importants n'ont-ils pas le droit d'être bluffés par votre prestation ? D'autant plus que lorsque je demande aux autres stagiaires s'ils ont eu le sentiment que l'orateur « faisait le clown », ils répondent toujours non. Ce qui prouve que la perception que l'on a de sa propre performance est le plus souvent biaisée !

Si vous voulez atteindre votre public, ce n'est pas à 100 % que vous devrez vous donner, mais bien à 150 %. Que votre dynamisme se voit dès votre entrée, et qu'il soit encore perçu après votre sortie.

N'ayez pas peur d'en faire trop : vous n'en ferez certainement pas assez.

Pour vous entraîner

- En groupe

Parlez en « gromelot » (un langage inventé par vous-même mais qui semble réaliste) d'un sujet enthousiasmant, passionnant. Vous devez sembler convaincant au reste du groupe alors même qu'ils ne peuvent pas comprendre le sens de vos phrases.

- En groupe

Jouez au bateleur de marché. Vendez un produit quelconque et essayez de rameuter la foule autour de vous. Faites la démonstration du produit et vantez toutes ses qualités.

- Seul ou en groupe

Prenez un texte incompréhensible pour le commun des mortels (j'utilise dans mes formations l'article de Wikipédia sur la physique quantique) et lisez-le avec conviction comme si vous étiez un spécialiste du sujet : insistez sur les mots importants, préservez le suspens... Cela vous aidera à être plus impliqué dans vos prises de parole !

Parlez suffisamment fort

Pour être entendu

Cela va de soi.

Assurez-vous que vous êtes audible par tout le monde. Au besoin, faites le test avec quelqu'un avant votre intervention, en ayant à l'esprit qu'une salle pleine absorbe plus les sons qu'une salle vide. Soyez attentif aux retours de votre auditoire : si certains ne vous entendent pas, des signes d'ennui, de protestation ou de désintérêt devraient faire leur apparition.

Si vous avez le sentiment que votre voix ne pourra jamais atteindre les derniers rangs, demandez à être sonorisé. Si c'est possible, préférez le micro serre-tête. Il est très discret, peu gênant et vous laisse libre de vos mouvements.

Le micro-cravate a également ses avantages, mais il risque de prendre certains bruits parasites, notamment des vêtements quand vous vous déplacez, bougez, etc.

Le micro-main vous handicape du fait que vous n'avez plus qu'une seule main de libre. Pour peu que vous passiez vous-même vos diapos via une télécommande et votre gestuelle sera très limitée. Évitez si c'est possible.

Enfin le micro col-de-cygne, posé sur la table avec un long « cou », impose que vous restiez assis ou debout derrière un pupitre. Nous avons vu précédemment pourquoi ce n'est pas la meilleure solution.

Pour vous entraîner

- En groupe

Si vous ne parlez pas suffisamment fort, demandez à quelqu'un de se placer tout au fond de la salle si elle est assez grande ou encore, pourquoi pas, dans la pièce d'à côté et développez la puissance de votre voix pour être entendu de cette personne.

Pour dynamiser le discours

Parler plus fort, c'est également travailler sur la confiance. Si vous vous efforcez d'augmenter le volume de votre voix, il est vraisemblable que vous y trouverez une source d'assurance et que vous profiterez du cercle vertueux qui s'installera : plus de volume donc plus d'assurance. Plus d'assurance donc plus de volume, etc.

Certains disent ne pas pouvoir pousser la voix au-delà d'un certain volume qui reste insuffisant. C'est souvent un prétexte plus ou moins conscient. En général, le blocage n'est pas physique mais psychologique. Et pourtant, parler fort donnera de la puissance et de l'énergie à votre discours, du dynamisme à votre parole et du corps à votre message.

Si vous parlez fort, vous serez plus à même d'exprimer des émotions, de faire des variations et de rompre le rythme. Vous vous mettrez plus facilement dans la peau du comédien que vous devez être sur scène. Enfin, votre public ne sera pas contraint de tendre l'oreille et sera plus sensible à ce que vous exprimez.

Posez votre voix

Évidemment, vous pensez que parler fort peut endommager votre voix. Il vous arrive d'être aphone après avoir beaucoup parlé, ou du moins d'avoir mal à la gorge.

C'est parce que vous parlez mal. Ou encore que vous respirez mal.

Oui, vous savez respirer depuis que vous êtes né, et parler depuis juste un peu moins longtemps. Alors vous pensez ne plus rien avoir à apprendre sur ces sujets.

Vous avez certainement déjà entendu l'expression « respirer avec le ventre ». Peut-être vous dites-vous que c'est une technique réservée aux chanteurs, à la rigueur aux comédiens de théâtre. Eh bien non, c'est une technique pour tous, qui va vous servir à poser votre voix. Et le comble c'est que vous savez déjà le faire.

Pour vous entraîner

- Individuellement

Allongez-vous et détendez-vous. Au besoin, respirez avec la bouche. Observez votre respiration. Vous allez constater que ce n'est pas votre poitrine qui se soulève, mais bien votre ventre. Essayez de comprendre ce qui se passe dans votre corps pour reproduire cette respiration une fois que vous êtes debout. Parlez. Vérifiez bien qu'il n'y a aucune tension dans votre gorge et au niveau des cordes vocales. Essayez de sentir la colonne d'air dans votre abdomen et le mouvement de votre diaphragme.

Avec un peu d'entraînement, voire l'intervention d'un orthophoniste vous y parviendrez. Émettez des sons voyelles et écoutez-vous. Votre voix est plus claire, plus stable, plus sûre : vous l'avez posée.

Ne parlez pas trop vite

La communication est comme le tennis. Non pas comme un match en compétition contre un adversaire, où le but est de marquer le point, mais plutôt comme un entraînement avec un partenaire, où l'on sert à la cuillère et où le but est de conserver le plus possible la balle sur le terrain tout en soignant un maximum ses coups en prenant soin de passer un bon moment.

Vous servez (vous parlez). Votre public retourne la balle (il acquiesce, est attentif...). Vous renvoyez (vous continuez à parler en développant votre propos).

Et ainsi de suite...

Chassez le naturel

On parle naturellement trop vite pour être bien entendu et compris de plusieurs auditeurs éloignés. La vitesse qui convient à une conversation courante ne convient pas à une prise de parole en public.

Parler trop vite, c'est mettre la balle dehors : vous ne prenez pas le temps de soigner votre coup, vous n'êtes pas suffisamment stable sur vos appuis et votre corps est déstabilisé vers l'arrière. Résultat : la balle n'atteint jamais votre partenaire.

Et pourtant, s'adresser au public comme à une seule personne dans une conversation de la vie de tous les jours est nécessaire si l'on veut le toucher et qu'il se sente concerné.

C'est bien l'antagonisme entre ces deux objectifs - paraître naturel tout en appliquant des techniques - qui rend la prise de parole difficile. Une fois que vous aurez trouvé cet équilibre, vous aurez passé un cap, compris un truc. Et vous ne ferez plus jamais vos prises de parole comme avant.

Sous l'influence du trac, vous avez peut-être envie plus ou moins consciemment « d'expédier » votre présentation afin que cela soit terminé au plus vite, pour vous « débarrasser ». Résultat : vous oubliez votre public et ne parlez que pour vous. Vous avez l'impression que votre place n'est pas là, que ce que vous dites n'a aucune importance et que vous feriez aussi bien d'être ailleurs pour ne pas faire perdre leur temps à tous ces gens qui vous écoutent certainement par politesse mais que vous devez ennuyer furieusement. On devient vite paranoïaque lorsque l'on est le centre d'attention !

Christophe, formateur occasionnel dans une école de cadres de la fonction publique, me confiait qu'il était tellement impressionné, se sentait tellement jeune et pas suffisamment compétent que son tout premier cours avait duré deux fois moins longtemps que prévu. En manque total de confiance, il s'était retranché derrière ses notes et n'avait tenu aucun compte des étudiants qu'il avait en face de lui. Et pourtant, il avait passé des heures à travailler son sujet !

Efforcez-vous de détacher chaque mot et de prononcer chaque syllabe. Insistez sur les mots importants afin de leur donner plus de poids. Et surtout, rappelez-vous encore une fois que si vous êtes là c'est que vous avez des choses importantes à dire, que la plupart des gens sont bienveillants et ont très envie de connaître votre point de vue sur le sujet. Sur-tout, relativisez l'importance de cette intervention : vous n'êtes pas en train de jouer votre vie !

Pour vous entraîner

- En groupe

Le groupe se met en cercle. Un membre du groupe va « lancer » une balle de couleur. Il s'agira en fait de taper dans ses mains en regardant un partenaire dans les yeux et en annonçant la couleur de la balle : « bleu ». Le partenaire reçoit la balle en tapant à son tour dans ses mains tout en regardant le lanceur dans les yeux et en disant à nouveau « bleu ». Puis il la lance à quelqu'un d'autre. On peut faire circuler plusieurs balles à la fois. Il s'agit ici de travailler sur l'émission et la réception d'un message clair et précis et donc de ne pas aller trop vite. Soyez certain que votre partenaire a bien « reçu » votre balle.

- Individuellement

Si vous avez des soucis d'articulation, essayez de répéter sans l'écorcher la phrase suivante : « Je veux et j'exige un coussin sous chaque siège chez ce cher Serge ».

Les pauses

Vous ajouterez une pause pour donner l'occasion à votre auditoire de digérer ce que vous venez de dire.

Cela vous permettra également de rassembler vos idées pour démarrer la phrase suivante.

Cela pourra ensuite marquer la transition entre deux idées dans votre discours.

Cela pourra encore créer une forme de tension, de suspens théâtral au milieu d'une phrase.

Enfin, cela remplacera avantageusement un « euh » ou un tic de langage.

Encore une fois, les pauses sont nécessaires à la respiration. La vôtre, afin de ne pas vous trouver en apnée, débitant votre texte sans prendre en compte votre public. La leur également, pour qu'ils n'aient pas le sentiment d'être noyés sous un flot de paroles et d'idées qu'ils n'arriveraient plus à suivre.

Omettre les pauses, c'est avoir un panier rempli de balles de tennis à côté de vous, en envoyer une à votre partenaire (le public) et ne pas lui laisser le temps de vous la renvoyer avant de lui en servir une nouvelle.

Vos pauses doivent être suffisamment longues. Forcez-vous à les prolonger un petit peu. Le temps semble toujours plus long sur scène que dans le public. En gros, laissez-vous le temps de regarder une personne dans les yeux pendant

quelques secondes. Ce point est important : il ne faut pas lâcher le regard et rester en communication avec le public. Si vous laissez tomber votre raquette et baissez le regard lorsque votre adversaire renvoie la balle, vous mettrez la balle dans le filet, dehors, ou bien vous passerez carrément à côté !

Les répétitions

Toujours dans le cadre d'un entraînement au tennis où le but est de conserver la balle sur le terrain le plus longtemps possible, s'il m'arrive d'appuyer un peu trop mon coup ou bien de placer la balle trop loin de mon partenaire, je m'efforce toujours de servir à nouveau là où je voulais que ma balle précédente aille. De cette manière, je fais comprendre à mon partenaire que :

- je reconnais mon erreur d'appréciation ;
- je corrige cette erreur ;
- je le valorise en lui permettant de réussir le coup qu'il avait raté parce que je l'avais mis en difficulté.

De la même manière, lors d'une prise de parole en public, si vous percevez qu'une notion est importante, complexe et qu'elle ne peut être comprise du premier coup, il est bon de la répéter. Vous reconnaissez que ce que vous venez de dire mérite d'être précisé, redit ou développé. Vous précisez, dites à nouveau ou développez. Votre public comprend et est ainsi valorisé.

Fabrice Luchini cite les plus grands auteurs dans ses spectacles où il est seul en scène. Les citations qu'il choisit sont parfois assez difficiles à comprendre. Il n'hésite pas à les répéter en variant le ton pour donner plus de relief aux mots importants, en les articulant à l'excès, bref en faisant tout pour que son public digère ce qu'il vient de dire.

Ne l'oubliez pas : si à un moment donné vous rompez le lien avec votre public parce qu'il n'arrive plus à vous suivre, faites tout pour créer ce lien à nouveau immédiatement avant que la situation ne s'installe et que la rupture soit définitive.

Vous tenez votre public : gardez-le !

Maîtrisez vos tics de langage

Quels sont-ils ?

Celui qui revient bien entendu le plus souvent est le « euh ». Vous l'observez chez beaucoup d'orateurs, mais également dans les conversations courantes.

Fait plus étonnant, vous l'entendez régulièrement chez des professionnels des médias, à la télévision ou à la radio.

Il y a ensuite les mots ou expressions parasites. Chacun a le ou les siens : « je dirais », « bon », « alors », « quoi », et tant d'autres... Les anglophones appellent ça des « filler words », littéralement « des mots de remplissage ». Cela montre à quel point ils sont inutiles...

Il y a enfin les mots ou expressions dans l'air du temps, que l'on place à toutes les sauces et qui, trop utilisés, finissent par perdre leur signification originale ou leur force. C'est le cas par exemple de « j'ai envie de dire », ou de « juste ». Le cas ultime étant « j'ai juste envie de dire »...

De la même manière que les gestes parasites, il faut les traquer parce qu'ils brouillent le discours et le message. Ils font diversion et parfois les spectateurs se focalisent tellement dessus qu'ils n'écoutent plus rien de ce que vous dites.

Les repérer

En général, on n'a pas conscience de ses tics. Pourtant, ils apparaissent dans la plupart des cas plusieurs fois par minute en moyenne, parfois même avec un écart de seulement quelques secondes, surtout lorsque vous êtes en train de chercher vos mots.

Il y a deux manières de repérer vos tics de langage.

La première c'est de demander à quelqu'un de vous les signaler. Le regard extérieur est ici votre meilleur ami. Malheureusement, vous risquez d'être incrédule face à ce que vous assurera votre entourage.

« Je te jure, tu as fait « euh » au moins vingt fois !

- Tu crois ? »

Ou bien :

« Mais pourquoi tu dis tout le temps « voilà » ?

- Mais non, je ne dis jamais « voilà » !

- Mais si. Tout le temps.

- Tu exagères. Peut-être une ou deux fois, voilà, pas plus. Oups... »

Je me souviens avoir suivi un cours d'improvisation théâtrale au cours duquel l'intervenant utilisait à tour de bras le mot « focus » sans que cela soit forcément fait à bon escient. Cathy, une élève qui suivait le cours en même temps

que moi avait entrepris de miauler à chaque fois que le mot surgissait. Le formateur a fini par comprendre d'où venaient les miaulements, mais n'a jamais saisi le contexte. Il n'avait pas conscience d'abuser du mot « focus ».

Pour vous convaincre que votre entourage ne vous induit pas en erreur, vous aurez peut-être envie de filmer vos interventions. Et vous aurez raison. Vous prendrez alors conscience de ces tics de langage et de la nécessité de vous en débarrasser. Profitez-en pour bien écouter votre voix, votre débit et corrigez vos défauts de ce côté-là également.

Vous savez à présent que ces tics de langage existent. Maintenant, pensez à les repérer à chaque fois que vous parlez, dans le flux de votre discours.

Les maîtriser

La deuxième étape, après avoir repéré vos tics, est de réaliser la nécessité de corriger ces défauts qui polluent votre intervention.

Soyez attentif à ce qui se passe lorsque vous assistez à une présentation d'un autre orateur. Avez-vous l'impression que le message est fluide ? Si non, pourquoi ? Vous remarquerez que c'est souvent à cause de ces tics de langage, en particulier le « euh ». En remarquant cela chez les autres, vous réalisez pourquoi il faut s'attaquer aux vôtres.

Essayez ce truc tout simple : faites un silence à chaque fois que vous « sentez venir » un « euh » ou un autre mot parasite. Nous avons vu les bénéfices des silences et pauses sur votre discours. N'oubliez pas de conserver le lien avec votre public en soutenant le regard et la présence. Ne vous « éteignez » pas, restez concentré et reprenez.

Vous vous débarrasserez rapidement de ces petites scories et votre auditoire s'en portera, croyez-moi, bien mieux.

Renouvelez régulièrement l'expérience de la caméra afin de vérifier que vous en avez bien terminé avec ces petits défauts. Si ce n'est pas le cas, redoublez de vigilance.

Pour vous entraîner

- En groupe

Demandez à quelqu'un de lever son stylo sans vous interrompre dès que vous prononcez un « euh » ou un mot « tic ». Cela vous aidera à prendre conscience de l'importance du problème.

À retenir

- La langue française est plus monocorde que la plupart des autres langues. Il faut donc dynamiser son discours grâce à des ruptures dans le ton, le débit...
- Soyez enthousiaste, parce que c'est en jouant sur les émotions de votre public que vous renforcerez votre pouvoir de conviction.
- Assurez-vous que toute la salle vous entend. Au besoin, demandez à être équipé d'un micro. Parler fort vous donnera assurance et dynamisme.
- Veillez à bien « respirer avec le ventre » afin de ne pas donner une impression de « passage en force » et de ne pas abîmer votre voix.
- La communication, c'est comme jouer au tennis sans essayer de marquer le point : on crée un bel échange avec son partenaire.
- On parle naturellement trop vite : ralentissez le débit. Faites des pauses !
- Répétez votre message jusqu'à ce que vous soyez certain qu'il a été compris.
- Les tics de langage, ce sont les « euh » ou les mots parasites. On a rarement conscience de ses tics. Repérez-les à l'aide d'une tierce personne ou d'un enregistrement vidéo.
- Faites un silence pour remplacer un tic de langage.

Chapitre 4

Soyez conteur

Parce que tout le monde adore les histoires

« Il nous a vraiment embarqués dans son histoire ! »

Certains chercheurs¹⁰ ont émis l'hypothèse selon laquelle ce goût que tout le monde a pour les histoires s'inscrit dans la théorie de l'évolution des espèces de Charles Darwin, parce que raconter et écouter sont des besoins vitaux pour développer des relations avec d'autres individus dans un groupe.

Une autre étude¹¹ a montré que des sujets répondaient mieux à une publicité exprimée sous forme d'histoire que sous forme d'information brute donnant les avantages du produit.

Le cinéma, la littérature, le théâtre, la télévision, Internet nous proposent des histoires tous les jours avec succès. Et le conte ? Un conteur ou une conteuse est quelqu'un qui raconte une histoire sans support écrit. Il ou elle va donc utiliser essentiellement son imaginaire, ses connaissances, ses talents d'improvisateur et de comédien.

Pourquoi dans ce cas ne pas envisager votre intervention comme une histoire, à la manière d'un conteur ?

10. Steven Pinker, *Philosophy and Literature*, Harvard, April 2007,

11. Jennifer Edson Escalas, *American Minds*, August/September 2008.

Le syndrome du prof ennuyeux

Souvenirs...

C'est vendredi. Il est déjà seize heures et c'est le dernier cours avant les vacances pour les 3e B.

Monsieur C., le professeur d'histoire et géographie entre dans la salle aux néons allumés en ce mois de décembre grisâtre. Il s'assoit et sort ses notes. Il demande aux élèves d'ouvrir leur cahier et de prendre leur stylo. Et il dicte.

Il lit son cours, demande aux élèves de noter. Et les élèves écrivent patiemment, consciencieusement chaque parole déversée. Ou bien n'écoutent pas et chahutent. Peut-être recopieront-ils le cahier d'un de leurs camarades plus sérieux.

En tout cas, ils s'ennuient et trouvent que le traité de Versailles n'a vraiment rien de passionnant. Ils se disent que l'Histoire et Monsieur C. n'ont rien à leur apporter que des soucis au moment du contrôle du 4 janvier.

Cette situation, vous l'avez sûrement vécue.

Des professeurs comme Monsieur C., il y en a des milliers à travers le monde. Parfois même, ils ne lisent pas leurs propres notes mais directement le livre d'histoire.

À la fin de l'heure, le cahier des élèves est certes plein de précieux événements et dates qui leur seront utiles à la maison, mais qu'ont-ils retenu ?

Rien.

Ils n'ont rien retenu parce que le professeur n'est pas venu partager une passion mais déverser un savoir. Il n'est pas venu communiquer mais dicter. Il n'est pas venu parce qu'il en a envie mais parce qu'il est obligé. Il a cru transmettre l'Histoire, mais a oublié de raconter des histoires. Ce professeur et ses collègues m'ont personnellement détourné de l'Histoire pendant longtemps...

La solution

Il aurait été plus profitable que Monsieur C. leur *raconte* l'Histoire. Le contenu de son discours aurait été différent : moins chargé en dates, en lieux... mais plus gourmand en anecdotes, en récits de relations entre les grands personnages, etc. Bref, il aurait fait entrer les élèves dans l'Histoire avec lui, plutôt que la débiter, quitte bien entendu à leur demander de se reporter plus tard au

chapitre correspondant de leur livre. Monsieur C. aurait pu être quelqu'un de passionné par sa matière et par la transmission. Quelqu'un qui veut communiquer avec ses élèves. Quelqu'un qui a compris que c'est en les intéressant que l'on gagne leur attention.

Gilles, un professeur de sciences en lycée professionnel, m'a confié qu'il avait ses petits trucs pour éviter la déconcentration des élèves. Il aime par exemple les surprendre en écrivant sur le mur de la salle. Cela ne plaît pas forcément au proviseur de l'établissement, mais l'effet est garanti ! Le nombre d'Avogadro ($6,02214 \times 10^{23}$ mais qu'il a écrit de manière développée 602 214 000 000 000 000 000) est écrit depuis plusieurs années sur l'un des murs d'une salle de son lycée ! Eh bien croyez-moi que, plus que partout ailleurs, les lycéens connaissent ce nombre par cœur.

Une histoire

Qu'est-ce que c'est ?

Si l'on s'en tient à ce que dit le Larousse, une histoire est « *un récit portant sur des événements ou des personnages réels ou imaginaires, et qui n'obéit à aucune règle fixe* ». Cette définition vous satisfait-elle ? Moi non, parce qu'elle ne me renseigne pas sur les mécanismes narratifs d'une histoire.

Un des maîtres de l'improvisation théâtrale anglophone, Keith Johnstone, en a une définition originale, pertinente et valable dans tous les cas¹². Pour lui, il s'agit d'une succession de « routines », dans lesquelles surviennent des interruptions, créant ainsi une nouvelle routine, et ainsi de suite.

Qu'entend-on par une routine ? Il s'agit d'une succession de faits auxquels on s'attend compte tenu de l'état actuel des choses.

Qu'entend-on par une interruption ? Il s'agit d'un événement ou d'une action inattendus dans l'état actuel des choses.

Il ajoute que l'introduction d'un élément dans l'histoire ne doit pas être gratuite : si on précise que le Petit Poucet met des cailloux plein ses poches, c'est bien parce qu'il s'en sert plus tard pour retrouver son chemin.

L'histoire se termine naturellement lorsque tous les éléments ont été utilisés. D'autres diraient lorsque toutes les questions posées ont été résolues.

12. Keith Johnstone, Impro: improvisation et théâtre, Ipanema.

Prenons l'exemple du Petit Chaperon rouge.

Routine: la mère du Petit Chaperon rouge lui demande d'apporter une galette et un pot de beurre à sa grand-mère. Elle y va.

Interruption: elle rencontre le loup.

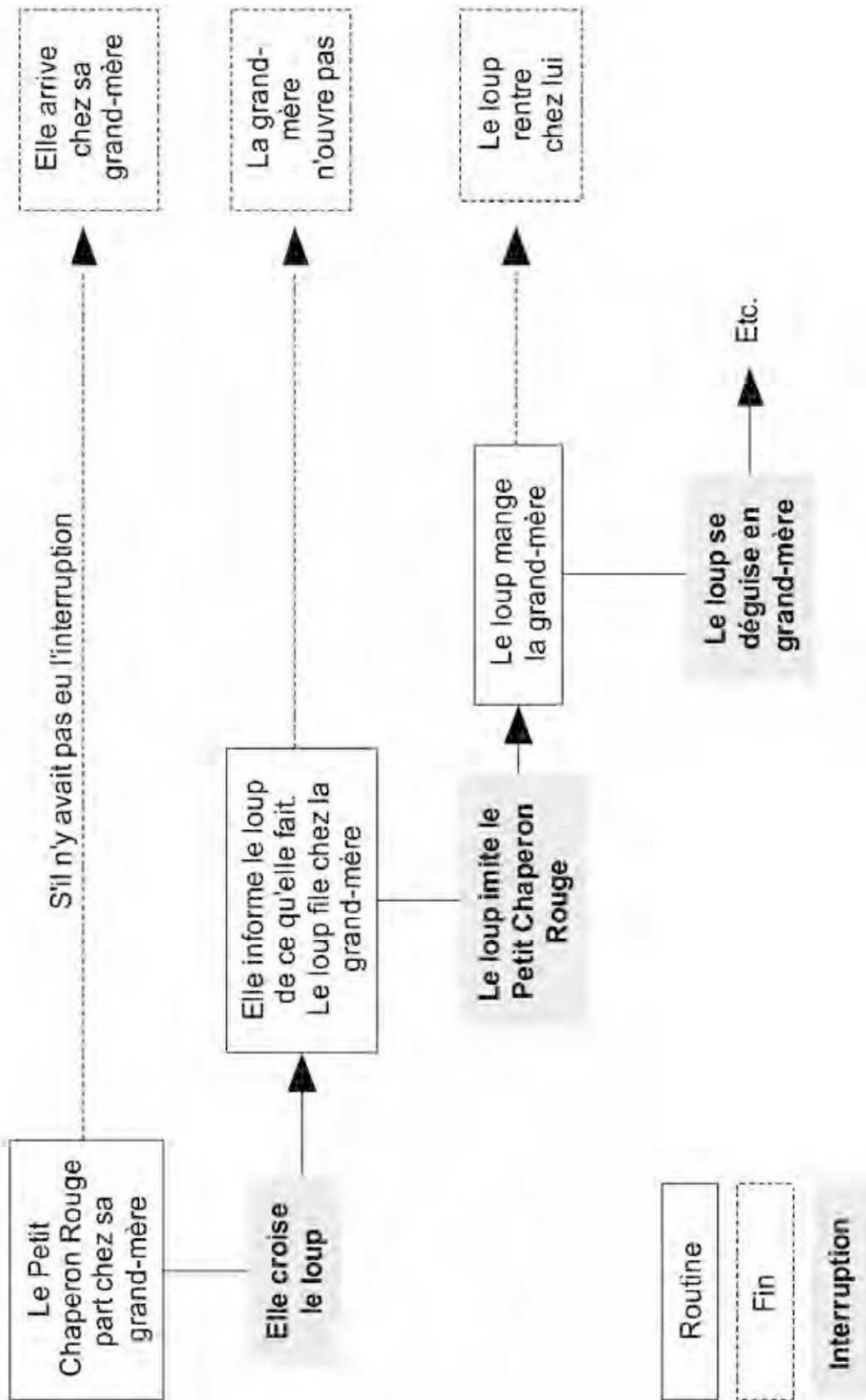
Routine: le loup lui demande ce qu'elle fait. Le Petit Chaperon rouge lui répond et lui indique le chemin pour aller chez la grand-mère. Le loup arrive à la maison de la grand-mère avant le Petit Chaperon rouge.

Interruption: le loup contrefait la voix du Petit Chaperon rouge pour pénétrer chez la grand-mère (si l'on était resté dans la routine, on se serait attendu à ce que le loup reste à la porte de la grand-mère qui refuse de lui ouvrir : fin de l'histoire).

Routine: le loup mange la grand-mère.

Interruption: le loup se déguise en grand-mère. Etc.

Schéma routine-interruption appliqué au Petit Chaperon Rouge



Vous pouvez vous rendre compte également de ce qu'est une interruption en feuilletant un album de Tintin. À l'époque où les histoires étaient publiées page par page dans l'hebdomadaire du même nom, Hergé prenait un malin plaisir à créer un véritable suspens dans la dernière case de chaque page. On trouve également des interruptions sous formes de « cliff-hanger » dans la plupart des fins d'épisode des séries américaines.

Construisez votre propre histoire

Pourquoi ne pas vous servir de cette définition pour préparer votre intervention ?

Reprenons l'idée d'une conférence sur le thème : « le Web 2.0 » ayant pour message principal « le Web 2.0, un tournant révolutionnaire pour Internet et au-delà ». Développons cela autour de trois idées :

- le Web 1.0 était alimenté par des webmasters ;
- le Web 2.0 est participatif et repose sur l'intelligence collective ;
- l'avènement du Web 2.0 a créé des changements majeurs dans le comportement des internautes.

Maintenant, voyons comment vous pouvez adresser ce message en utilisant la technique des routines et interruptions, donc en racontant une histoire. Gardez toujours à l'esprit votre message principal. Souvenez-vous également de cette autre définition très pertinente : une histoire est une interaction d'entités (le plus souvent des personnages) ayant des motivations différentes.

Routine : le Web se démocratise à la fin du XX^e siècle. Les entreprises et les foyers se connectent en grand nombre. Des sites Web statiques fleurissent.

Interruption : apparition du Web dynamique. Le contenu d'une page dynamique n'est pas le même pour tous, mais varie en fonction du contexte : jour et heure, informations recueillies sur l'utilisateur, etc.

Routine : le Web poursuit son expansion avec des sites de plus en plus sophistiqués, qui impliquent de plus en plus l'internaute.

Interruption : l'expression Web 2.0 est utilisée pour la première fois par Dale Dougherty en 2003 et diffusée par Tim O'Reilly en 2004.

Routine : voici quelques exemples de sites Web 2.0 et ce qu'on fait avec.

Interruption : Amazon et d'autres faisaient du Web 2.0 avant même que l'expression ne soit inventée.

Routine : le comportement des internautes a évolué lentement avec l'évolution du Web, mais a subi une révolution avec l'arrivée des réseaux sociaux.

Interruption: les controverses sur le Web 2.0, notamment en ce qui concerne Facebook.

Nous venons de proposer un plan pour votre intervention en suivant la structure d'une histoire en accord avec le schéma routine-interruption tel que définie par Keith Johnstone. Faites valoir les motivations des internautes entrant en interaction avec les motivations des entreprises créatrices de ces sites Web.

L'une des conférences les plus réussies suivant ce modèle est celle que Steve Jobs a donnée pour présenter l'iPhone au salon MacWorld de 2007. Voici le début de son intervention :

Routine: « Aujourd'hui nous vous présentons trois produits révolutionnaires. Le premier est un iPod à écran large avec contrôle tactile. Le deuxième est un téléphone portable révolutionnaire. Et le troisième est un appareil représentant une avancée majeure dans la communication sur Internet. (...) Un iPod, un téléphone, et un appareil pour Internet. Vous avez saisi ? »

Interruption: « Il ne s'agit pas de trois appareils différents. C'est un seul appareil. Et nous l'appelons iPhone. »

Routine: « Aujourd'hui, Apple va réinventer le téléphone. »

Si le public était déjà en liesse au moment de la routine, ce fut un vrai délire dans la salle lorsqu'intervint l'interruption. Notez bien que le schéma routine-interruption fonctionne également lorsque votre intervention n'est pas un récit chronologique.

Steve Jobs adorait également faire intervenir les motivations antagonistes des entreprises concurrentes en faisant entrer un « méchant » dans ses interventions. IBM, Microsoft, Intel... au gré de l'air du temps, des produits et des partenariats développés par Apple.

Pour vous entraîner

- Individuellement

Essayez de voir les histoires que vous connaissez bien (contes, films préférés, etc.) selon le schéma routine-interruption. Vous verrez, ça marche à tous les coups.

Faites passer un message clair

Vous savez ce que vous voulez dire, il vous reste à trouver les mots pour le dire.

De la même manière que votre tenue vestimentaire, votre posture ou votre voix, les mots, les figures de style, les trucs rhétoriques que vous emploierez ont une importance capitale. Prêtez-y une attention particulière !

Soyez synthétique

L'école nous a toujours appris à écrire plus, plus et toujours plus. Enfants et adolescents, nous nous interrogeons les uns et les autres pour savoir si on avait écrit plus ou moins de pages pour son exposé, sa dissertation, sa rédaction... Si c'était moins, on se considérait comme perdu pour la moyenne.

Cet esprit perdure dans beaucoup d'exposés oraux que l'on entend aujourd'hui. Quelle erreur ! C'est parce que vous serez synthétique que votre intervention sera comprise et retenue.

Supprimez les phrases trop longues. Tout à fait possibles à l'écrit, elles sont un piège à l'oral. Gardez à l'esprit qu'il faut une idée par phrase. Pas plus. Pas moins...

Avant de prononcer chaque phrase, demandez-vous si elle est utile, si votre public va en retenir quelque chose. Et si vous pensez que votre public va en retenir quelque chose, ne sera-ce pas au détriment d'un autre élément plus important ?

En particulier, vous pouvez avoir quelques phrases qui peuvent être perçues comme des slogans ou des titres d'article : bien construites, avec un message clair et destinées à créer une émotion chez les membres de votre auditoire. « Le Web 2.0, c'est du Web fait par vous », « Tweeter, c'est chuchoter pour le monde entier », « Aller sur Facebook, c'est perdre du temps ou en gagner ? », etc.

Ne conservez que l'essentiel, ce qui sert votre message principal. En particulier, évitez toutes digressions. Elles sont souvent révélatrices d'une mauvaise préparation et donc d'un stress important. On entendra souvent également les orateurs trop stressés ou pas assez confiants se confondre en excuses du type « je ne suis pas certain d'être très clair », « je me suis emmêlé les pinceaux », etc.

Ou encore ces digressions sont caractérisées par la volonté généreuse mais contre-productive de partager un maximum d'éléments avec son public afin qu'il en sache le plus possible. Au final, saoulés d'informations, vos spectateurs

ne retiennent que quelques éléments non liés les uns aux autres et qui ne leur serviront à rien.

Ou bien elles prennent la forme d'une justification plutôt que d'une transmission. On retrouve plus particulièrement ce comportement chez les gens peu sûrs d'eux qui se sentent jugés et ont l'impression de devoir constamment prouver qu'ils sont bien à leur place.

Ou enfin, elles sont le symptôme d'une volonté de se mettre en avant et d'étaler son savoir par purs cabotinage et orgueil. Mais vous n'êtes pas là pour montrer que vous savez mieux que les autres et qu'on se dise à la fin de votre conférence : « Oh ! lala ! qu'est-ce qu'il est savant ». Vous êtes là parce que vous savez mieux que les autres et que vous voulez que cet écart se réduise en partageant votre savoir. En particulier, évitez tout jargon propre à votre domaine qui ne serait pas compréhensible par vos spectateurs. Expliquez également chaque sigle. On a souvent tendance à présumer que telle ou telle notion est connue de chacun parce qu'elle nous est familière depuis des années. Ce n'est souvent pas le cas. Certains ont pu se rendre compte de ce phénomène en se faisant expliquer un point précis par un médecin ou encore en entreprise par l'informaticien venu réparer votre ordinateur.

Soyez concret, soyez spécifique et ne rentrez dans aucune considération qui ne serait pas susceptible d'intéresser vos auditeurs. Ne vous placez pas dans une approche « je sais mieux que vous, ne bougez pas, écoutez, je vais vous expliquer », ni dans un labyrinthe de justifications, mais plutôt dans une approche « je veux partager avec vous sur un point qui nous intéresse tous. Échangeons ! ».

Le chemin le plus court entre un point A et un point B est la ligne droite. Ne tracez pas de formes bizarroïdes pour arriver à B !

Pour vous entraîner

- En groupe

Racontez le Petit Chaperon rouge en quatre phrases. Ou n'importe quelle autre histoire connue de tous.

- En groupe

Présentez-vous en six phrases. Puis en deux phrases. Puis en deux mots.

- En groupe

Vous êtes confus, ou bien vous utilisez trop de jargon, vous paraissez même peut-être un peu hautain : pensez « je m'adresse à des enfants de huit ans ».

Si vous voulez qu'ils vous comprennent, il va falloir organiser votre pensée en quelques points simples et bannir tout langage obscur.

Racontez votre parcours professionnel et privé à un autre participant et inversement. Chacun devra présenter l'autre de manière synthétique au reste du groupe.

Impliquez l'auditoire

Il faut comprendre qu'une seule chose intéresse chaque personne du public : lui/elle-même.

C'est ce qui explique le succès par exemple de films tels que *Camping*, *Un air de famille* ou *Bienvenue chez les Ch'tis* qui racontent des histoires dans lesquelles chacun peut retrouver des situations qu'il connaît. Partant de ce constat, vous ne devez parler au public que d'une seule chose : lui-même. En quoi ce que vous racontez le concerne ? En quoi est-ce que ça peut l'aider ? Bref, qu'est-ce que vous lui apportez ? Titillez sa curiosité !

Virginie, professeur d'anglais en lycée, m'affirmait que le meilleur moyen de retrouver l'attention et de susciter la participation de ses élèves était de lancer un débat sur un sujet qui les concerne directement : les relations garçons-filles, le football, les stars, la vie de l'établissement, etc.

Pierre, qui fut maire d'une petite ville, me confiait qu'il était indispensable pour être apprécié de ses concitoyens de les appeler par leur nom lors d'une manifestation, d'évoquer un fait qui les concerne directement et dont ils avaient parlé des semaines ou des mois auparavant... Pierre a effectué quatre mandats !

Usez, abusez du pronom « vous » (avez-vous une idée de combien de fois il est utilisé dans ce livre ?).

Revenons un instant sur notre exemple de conférence sur le Web 2.0. Il y a une différence entre : « Facebook regroupe près de deux milliards de membres actifs » et « Vous êtes près de deux milliards à vous connecter régulièrement sur Facebook ». Il y a fort à parier que de nombreux spectateurs se diront « il me parle directement ».

Ne pensez pas à ce que vous allez dire, mais pensez à ce que les gens vont entendre !

Pour vous entraîner

- En groupe

Vous avez du mal à vous impliquer dans votre présentation, vous êtes distant : pensez séduction. Vous imaginez que l'auditoire est une personne à conquérir. Donnez tout ce que vous pouvez pour que cette personne ait envie de mieux vous connaître.

Les anecdotes

Leur parler d'eux, c'est également leur parler de vous-même. Si vous racontez une anecdote qui vous est personnelle, chacun y trouvera matière à y piocher quelque chose qui le concerne ou un membre de sa famille ou un de ses amis.

Par exemple, en continuant sur le Web 2.0 :

« J'avais lu quelques articles sur des inconnus ayant accédé à la célébrité grâce à une vidéo postée sur le Web. Je me suis dit : « pourquoi pas moi ? ». J'ai donc écrit mon petit scénario, filmé mon sketch et je l'ai posté sur YouTube. *(pause)* Résultat : 24 vues. »

En plus de faire rire le public, vous maniez l'autodérision qui, selon certains, est la forme la plus raffinée d'humour. Et enfin, s'ils peuvent la relier à une expérience vécue, c'est la cerise sur le gâteau.

Les anecdotes stimulent à nouveau l'attention de votre auditoire, vous rendent sympathique (on aura ainsi plus envie de vous écouter et de vous faire confiance) et vous permettent de fixer votre propos par des éléments dont votre auditoire se souviendra.

Soyez imagé, trouvez des exemples qui touchent, qui sont parlants. Bref, faites appel à leurs émotions puisque, comme on l'a vu dans un chapitre précédent, elles interviennent fortement dans la prise de décision.

Vous n'avez pas d'anecdote pour illustrer votre sujet ? C'est que ce sujet n'est pas pour vous.

Vous avez l'impression que raconter une anecdote personnelle c'est se dévoiler ? Vous trouvez ça impudique ? Il vous faut réaliser que votre auditoire est là pour vous voir, vous entendre et apprendre de vous. La pudeur n'est pas de mise dans une telle situation et il vous faudra donner si vous voulez recevoir. Une nouvelle fois, travaillez sur la confiance et donnez-vous un coup de pied au derrière pour vous jeter à l'eau.

N'hésitez pas non plus à transformer légèrement l'anecdote si elle sert votre propos. Personne ne vous en tiendra rigueur si cela participe à la satisfaction de votre public. Un mensonge ? Non... un petit compromis avec la vérité !

Dans tous les cas, il faut que vous reliez cette anecdote à votre propos, que vous en tiriez explicitement pour votre public l'enseignement qui participe de votre message.

Astuce

Au besoin, décalez l'anecdote, racontez qu'elle est arrivée à quelqu'un d'autre si vous ne pouvez vraiment pas vous impliquer.

L'humour

Peut-être vous dites-vous « je n'ai aucun humour, je ne suis pas capable de faire rire ». Alors voici, outre l'autodérision, les quelques manières de faire rire lors d'une intervention et les manières dont on pourrait les appliquer toujours dans l'idée d'une conférence sur le Web 2.0 :

- En les surprenant par une mise en scène inattendue

« *(Sortant un appareil photo)* Si vous pouviez faire un grand sourire, je vais vous ajouter sur mon Instagram. Cheese ! »

- En relevant un paradoxe

« J'ai utilisé WeTransfer pour envoyer un gros fichier à un collègue. Le temps que je crée un compte, que je trouve comment faire, que je télécharge le fichier, j'aurais eu aussi vite fait de le mettre sur une clé USB et de monter les deux étages pour lui apporter moi-même. Et je me serais fait offrir un café. »

- En utilisant l'hyperbole, l'exagération

« Aujourd'hui, quand je veux que mes enfants viennent à table, je suis obligé de tweeter le menu et d'utiliser le hashtag #tropswag. »

- En imitant ou mimant

« Avant, pour se connecter à Internet voilà comment on faisait. On allumait l'ordinateur *(se tourne les pouces et regarde sa montre)*. On vérifiait qu'il restait bien quelques minutes sur les trois heures gratuites offertes par AOL. Ensuite on se connectait grâce à un modem *(imitation du bruit du modem)*. On ouvrait Netscape, on tapait son adresse et la page apparaissait *(mime de la page qui apparaît très lentement)*. »

- En personnifiant les objets ou les concepts

« Comment ça fonctionne Google Docs ? Eh bien vous dites à Monsieur Google : « Monsieur Google, j'aimerais bien créer un document comme quand j'utilise Microsoft Office. » Et là Monsieur Google vous répond : « Pas de problème, mais plutôt que le stocker chez vous, je vais le stocker chez moi, et comme ça vous y aurez accès de partout rien qu'en vous connectant à internet ». »

- En utilisant la connivence

« *(Sur le ton de la confidence)* D'ailleurs j'ai mis en vente sur Le Bon coin le coffret Céline Dion que ma belle-mère m'a offert. »

- En utilisant une métaphore ou une analogie

« Aller sur une page Web 2.0, c'est comme la crise de la quarantaine chez certains hommes qui quittent la mère de leurs enfants pour séduire une femme plus jeune. Elle est plus jolie, plus dynamique, plus récente, mais alors qu'est-ce qu'elle cause ! Et parfois pour ne rien dire... »

Personnellement, je n'ai bien compris le fonctionnement de ma chaudière que le jour où mon plombier m'a mimé tous les éléments comme s'ils étaient des personnages qui se répondaient les uns aux autres !

Donnez votre point de vue

C'est ce que les gens attendent. Vous vous présentez en expert de votre sujet, vous devez leur dire ce que vous en pensez. Si vous livrez une somme d'informations qu'ils pourraient trouver en consultant Wikipédia ou l'intranet de l'entreprise, vous n'avez qu'assez peu de valeur ajoutée. Et vous ne les amenez pas vers une réflexion.

Jean-Marie Messier, à l'époque où il était président de Vivendi dont Universal Music était une filiale, répondait sur France Inter à des journalistes. Il avait travaillé son sujet et était capable de citer la plupart des artistes connus de son label. Mais son ignorance de leur musique était perceptible parce qu'il ne parlait jamais en termes d'émotion (« j'aime », « je suis transporté », etc.) mais en termes de faits. Jean-Marie Messier voulait faire croire qu'il connaissait la musique, mais il ne connaissait que les noms et n'avait donc aucune idée de ce dont il parlait.

Ne pas apporter de point de vue, c'est également pouvoir être remplacé par quelqu'un d'autre sur le même sujet, qui n'en aura pas non plus et qui sera lui aussi remplacé, etc. Ou bien par quelqu'un qui en aura un et s'installera de manière durable.

Il peut être tentant de rester neutre et objectif pour plusieurs raisons :

- ne froisser personne ;
- vouloir être le plus honnête possible ;
- par timidité ;
- par méconnaissance du sujet.

N'ayez pas peur de froisser les gens en affirmant votre opinion. Cela créera matière à discussion et vous vous créerez des relations plutôt que des ennemis. Avez-vous une idée de combien de politiciens, opposés par leurs opinions sur la scène publique sont proches dans la vie ?

Être honnête, c'est tout d'abord être honnête avec vous-même. Et vous le serez si vous affirmez en public les opinions que vous développez en privé. L'honnêteté n'est pas la neutralité, mais bien la prise de position.

La timidité, la peur du jugement résultent encore là du manque de confiance. Ce n'est que par un affrontement direct de votre peur que vous la vaincrez.

Enfin, nous avons vu plus haut qu'il n'était pas question d'espérer intéresser votre public si vous ne maîtrisez pas votre sujet.

Donnez votre point de vue, et donnez-le sans ambiguïté, ou encore une fois on ne retiendra rien de votre discours qu'on n'aurait pu trouver ailleurs.

Les questions

La plupart du temps, vous aurez à répondre à des questions de la part du public sur votre intervention. Sauf si c'est imposé par l'organisation, c'est à vous de décider si vous souhaitez que les questions soient posées au cours ou à la fin de l'exposé.

Préparez à l'avance les réponses aux questions les plus évidentes, celles qui ne manqueront pas de tomber. Après avoir répété devant vos proches ou vos collègues, demandez-leur quelles questions ils auraient envie de vous poser.

À la fin de votre intervention trouvez une formule du style : « Merci pour votre attention. À présent je répondrai avec plaisir à vos questions ». Précisez que vous souhaitez qu'elles soient courtes et précises.

Vous vous êtes peut-être fait piéger au cours de votre scolarité parce que vous n'aviez pas pris le temps de lire l'énoncé d'un exercice auquel vous avez répondu à côté. C'est la même chose : prenez votre temps pour bien écouter

la question. N'interrompez pas votre interlocuteur. Prenez également quelques secondes pour rassembler vos idées et préparer le plan de votre réponse. Inutile de reprendre les termes dans lesquels la question vous a été posée, on verrait que vous ne faites que gagner du temps. Sauf si vous avez le sentiment que la question n'était pas audible par l'ensemble de la salle ou bien qu'elle était confuse. Dans ce cas, reformulez.

Répondez.

Adressez-vous d'abord à la personne qui vous a posé la question en la regardant dans les yeux. Puis élargissez pour le reste du public et adressez-vous à eux en suivant les techniques que nous avons déjà vues.

Répondez de manière précise à la question, ne partez pas en digression inutile et gardez le tout suffisamment court.

Répondez de manière calme, posée, confiante, sans précipitation, sans agressivité.

Soyez sincère : si vous ne connaissez pas la réponse, dites-le simplement. Vous pouvez également dire que vous vous renseignerez et que vous y répondrez par écrit si la personne souhaite vous laisser son adresse email. Même chose si une personne vous pose une question qui sort trop du cadre de votre exposé ou qui nécessiterait un développement trop long.

Si vous n'avez pas compris la question, dites-le également et demandez à la personne de reformuler. C'est mieux que de répondre complètement à côté.

Si une personne se montre agressive ou si elle veut montrer qu'elle en sait beaucoup, peut-être plus que vous sur le sujet, utilisez la méthode du « sandwich » : un compliment, une critique, un compliment. Au besoin coupez-la si vous avez le sentiment que l'ennui s'installe dans l'auditoire.

Remerciez-la tout d'abord pour son apport au débat. Soulignez la pertinence ou l'érudition de son intervention. Cela vous donnera plus d'assise et de légitimité pour ensuite refuser de répondre ou développer sur ce point. Et remerciez-la enfin de nouveau pour son intervention.

Si cette personne persévère et vous interpelle à nouveau en gênant l'avancée de la réunion, vous pouvez vous appuyer sur le groupe pour la contrer en posant la question : « Est-ce que d'autres personnes partagent l'avis de Bertrand ? ». Ou bien : « Sandrine, est-ce que tu es d'accord avec Bertrand ? » si vous savez que Sandrine est une alliée.

Si vous en avez la possibilité et la présence d'esprit, utilisez l'humour, c'est souvent désarçonnant. Si cette personne souhaite à nouveau intervenir, privilégiez une autre question ou bien annoncez qu'il est temps de clore le débat. Trouvez toujours le moyen de vous débarrasser avec élégance et sans agressivité des importuns !

Souvenez-vous que les questions doivent toujours être utilisées pour enrichir et élargir votre exposé. C'est la touche finale de votre intervention, il est important qu'elle soit réussie.

Enfin, gardez votre vraie conclusion, celle à laquelle vous tenez, pour après la séance de questions. C'est ce qui restera dans l'esprit de votre public et ça aura plus d'impact qu'un « bon, ben, il me semble que c'est l'heure du déjeuner » bredouillé devant une assemblée en train de se lever.

La structure du discours

Georges Brassens, dans une interview de 1963¹³, nous renseigne sur la manière dont il écrit une chanson : « *Ce qui est difficile, c'est d'arriver à être content de soi. Je rature toujours, je recommence après. Je rumine mon texte jusqu'à ce qu'il me lasse. Et alors je recommence. Et quand j'ai fait sept ou huit versions, à un moment je ne peux plus aller plus loin. Je suis à la limite de mes moyens, à la limite de mon talent, à la limite de mes forces. Alors je me dis ça va* ».

Le chemin parcouru par votre discours doit être droit, irréprochable. Votre raisonnement doit être limpide, votre démonstration implacable. Comme Brassens, il vous faudra beaucoup de rigueur, de gommage et de réécriture pour arriver au plan le plus parfait possible.

Mais surtout, comme lui, il est important de recommencer tant que vous n'êtes pas satisfait, tant que vous avez le sentiment que vous pouvez encore améliorer, faire plus synthétique, plus clair, plus précis...

Et comme pour les chansons de Brassens, tout s'enchaînera logiquement dans un ensemble harmonieux et il n'y aura pas un mot de trop.

L'accroche

On le sait, la première impression est décisive lorsqu'on rencontre une nouvelle personne. Cette règle est également valable lorsqu'on assiste à une prise

13. <http://www.ina.fr/video/I00016182>

de parole : on a vite fait de se faire une opinion de l'orateur et en conséquence d'être attentif ou de lâcher.

Les premiers mots que vous prononcerez (l'accroche) seront donc, au même titre que votre allure générale, un facteur décisif de la réussite de votre intervention. Ils doivent frapper les esprits et introduire le sujet. J'ai entendu récemment l'ancien joueur de football Just Fontaine évoquer la rencontre France-Luxembourg de 1953 qui a vu la large victoire des bleus 8 buts à 0 avec cette sentence : « C'est le premier but le plus important ». Il voulait dire par là qu'une fois qu'il était inscrit, l'équipe était en confiance pour continuer sur sa lancée.

Faites comme Just Fontaine, marquez le premier but et du coup les sept suivants ! Soignez votre accroche. De cette manière, l'attention est gagnée dès les premières secondes et une grande partie du travail est déjà faite. Vous prenez confiance, le trac s'estompe et vous êtes sur des rails pour la suite de votre discours.

Il y a six manières efficaces de commencer (les exemples ont été sélectionnés parmi les vidéos proposées par le site Web ted.com qui diffuse des conférences sur des sujets ayant trait au design, aux technologies et au divertissement organisées dans ses locaux) :

L'anecdote

Nous l'avons déjà vu, vos spectateurs adorent les anecdotes. Il faut bien entendu que vous la liiez ensuite au sujet afin de l'introduire. Johanna Blakley, une chercheuse californienne spécialisée dans l'impact du divertissement sur les habitudes politiques, commerciales et sociales, commence sa conférence sur la mode de cette façon : « *J'ai entendu cette histoire incroyable sur Miuccia Prada. C'est une styliste italienne. Elle va dans ce magasin à Paris avec une de ses amies. Elle se balade. Elle trouve cette veste de Balenciaga. Elle l'adore. Elle la retourne. Elle regarde la ligne. Elle regarde la fabrication. Son amie lui dit : « Achète-la ». Elle dit : « Je vais l'acheter. Mais je vais également la copier ».*

L'anecdote est courte, compréhensible et la chute introduit le sujet de la conférence, à savoir la quasi-inexistence de la propriété intellectuelle dans le monde de la mode.

La devinette

Vous impliquez le public. Celui-ci est tenu en haleine et chacun se demande où vous voulez en venir. La réponse à la devinette vous permet d'introduire le sujet.

Isabel Behncke, qui étudie le comportement des singes bonobos au Congo, commence sa conférence sur l'évolution de cette façon : « *Je reviens tout juste d'une communauté qui détient le secret de la survie de l'Homme. C'est un lieu où les femmes portent la culotte, ont des rapports sexuels pour dire bonjour, et décident des règles. Où le plaisir est une affaire sérieuse. Et non, ce n'est pas Burning Man ou San Francisco. Mesdames et Messieurs, venez à la rencontre de vos cousins. C'est le monde des bonobos sauvages dans la jungle du Congo* ».

La devinette n'en est pas vraiment une puisque les participants connaissent à l'avance le sujet de la conférence à laquelle ils assistent. Mais l'effet de surprise est maintenu par l'angle choisi et par l'humour de l'intervenante.

Le sondage

Vous impliquez le public. Demandez-leur de répondre à votre question à main levée. Évaluez les proportions de chacune des réponses et restituez-les. Profitez-en pour ensuite introduire votre sujet. Le philosophe et scientifique Dan Dennett commence sa conférence sur les mèmes (un mème est un élément culturel reconnaissable, répliqué et transmis par l'imitation du comportement d'un individu par d'autres individus) de cette façon : « *Combien de créationnistes avons-nous dans la salle ? (personne ne se manifeste.) Probablement aucun. Je pense que nous sommes tous darwiniens. Et pourtant, de nombreux darwiniens sont anxieux, un peu mal à l'aise et aimeraient que le darwinisme s'impose des limites* ».

Quand on regarde la vidéo, on se rend compte que l'intervenant ne prend probablement pas suffisamment de temps pour recueillir les réponses (ou relever l'absence de réponse dans ce cas précis) et utiliser l'information pour corroborer son discours. Le sous-texte est le suivant : « les gens éduqués sont darwiniens, et il n'y a que des gens éduqués dans la salle. Malgré cela, nous sommes parfois aveuglés par le seul fait que nous sommes persuadés d'avoir raison. Nous avons raison d'être darwiniens, mais ne soyons pas prétentieux ».

La statistique

Il faut qu'elle soit surprenante ou saisissante. Vous éveillerez l'intérêt du public qui n'aura qu'une envie : en savoir plus.

L'ancien publicitaire Kirk Citron commence sa conférence sur les dépêches d'actualité de cette façon : « *Nous sommes noyés sous les dépêches. Reuters à elle seule sort trois millions et demi de dépêches par an. Et ce n'est qu'une source. Ma question est la suivante : combien de ces dépêches compteront pour de bon à long terme ?* »

Le nombre est impressionnant et prend encore une dimension supérieure dans le fait que l'on ne parle que de l'agence Reuters laissant présager des chiffres astronomiques. L'orateur aurait pu développer son propos et le rendre plus accessible à l'esprit humain en précisant que cela faisait près de quatre cents nouvelles par heure, trois millions et demi restant difficiles à conceptualiser.

Le jeu de scène

Vous théâtralisez votre entrée en utilisant un accessoire ou faisant un effet scénique. C'est inattendu et cela éveille l'intérêt du public. Le chef d'entreprise Jay Walker commence sa conférence sur l'imagination de cette façon : « *(L'orateur montre des roches) Ces roches ont frappé notre Terre pendant environ trois milliards d'années, et sont responsables de beaucoup de ce qui s'est passé sur notre planète. Ceci est un exemple d'une véritable météorite, et vous pouvez voir toutes les fusions du fer issues de la vitesse et la chaleur quand une météorite frappe la Terre* ».

Il continuera en montrant un satellite Spoutnik, un drapeau, un livre, etc. L'exposé est de cette manière très vivant. Et s'il est vrai qu'une image vaut mille mots, un objet réel frappe encore plus les esprits.

L'annonce choc

Dites-leur ce que vous allez leur raconter, et faites-leur comprendre à quel point c'est exceptionnel. Votre public n'aura qu'une envie : en savoir plus. Jane McGonigal, qui fait de la recherche et développement sur les jeux, commence sa conférence de cette façon : « *Je conçois des jeux. Je fais des jeux en ligne depuis dix ans. Et mon objectif pour la prochaine décennie est d'essayer de rendre aussi facile de sauver le monde dans la vraie vie que de sauver le monde dans les jeux en ligne. J'ai un plan pour ça, et il implique de convaincre les gens, y compris vous tous, de passer plus de temps à jouer à de meilleurs jeux plus ambitieux* ».

L'oratrice crée le suspense. Elle promet de prouver qu'en passant plus de temps à jouer, on peut sauver le monde. Quel programme ! Le reste de l'exposé doit être à la hauteur de l'annonce choc et remplir les promesses de celle-ci.

Ce sont les clés pour captiver votre auditoire dès les premières secondes de votre intervention. Testez-les, soyez imaginatifs ! Votre auditoire vous remerciera de ne pas être un de ceux qui débute de manière très scolaire par : « *Je vais vous parler de l'imprimerie. C'est un ensemble de techniques permettant de reproduire des écrits et des illustrations en grande quantité. Elle a été inventée par Gutenberg en 1440...* ».

Pour vous entraîner

- Individuellement

Vous voulez vous assurer que vous connaissez bien votre phrase d'accroche par cœur ? Placez devant vous un tas de pièces mélangées et comptez l'argent que vous avez tout en récitant votre phrase. Si vous n'y arrivez pas, c'est que vous avez encore du travail !

La démonstration

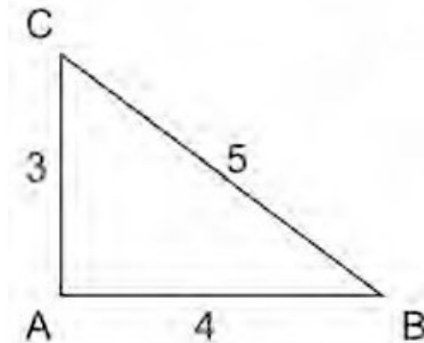
Nous l'avons vu, il s'agit pour vous de développer une idée forte, un point de vue dans votre intervention et de faire en sorte que tous les éléments que vous apporterez constituent la preuve de cette idée forte.

Vous faites donc une démonstration.

Comme dans une démonstration mathématique, où il s'agit d'établir une proposition à partir de propositions initiales en s'appuyant sur des règles, vous allez démontrer votre idée principale en vous appuyant sur d'autres propositions.

Voici un exemple de démonstration mathématique :

Démontrez que le triangle ABC reproduit page suivante est un triangle rectangle.



Voici comment on pourrait s'y prendre à l'oral :

« Je vais démontrer que le triangle ABC est rectangle. Selon la réciproque du théorème de Pythagore, si dans un triangle le carré de la longueur du plus grand côté est égal à la somme des carrés des longueurs des deux autres côtés, alors ce triangle est rectangle. »

$$\text{Or, } AB^2 + AC^2 = 4^2 + 32 = 16 + 9 = 25$$

$$\text{Et } BC^2 = 5^2 = 25$$

$$\text{On a bien } AB^2 + AC^2 = BC^2.$$

Le triangle ABC est donc rectangle. »

Appuyons-nous sur cette rigueur et cette manière de faire pour démontrer, en prolongeant notre exemple et en suivant le schéma routine-interruption défini précédemment, que « le Web 2.0 est un tournant révolutionnaire pour Internet et au-delà ».

Cela va consister pour notre démonstration principale :

- À dire ce que nous allons faire : la suite de l'introduction après l'accroche. *« Je vais vous montrer comment le Web 2.0, en proposant une nouvelle manière de communiquer, a changé le comportement des internautes et tout simplement a révolutionné Internet ».* Nous pourrions ensuite présenter en une phrase notre plan. Les gens aiment savoir à quoi s'attendre, de quoi on va parler.
- À le faire : le développement. Les propositions s'enchaînent les unes après les autres suivant le schéma routine-interruption.
- À dire que nous l'avons fait : la conclusion. *« Nous venons donc de voir ensemble que grâce à tous ces sites qui s'appuient sur de nouvelles technologies et sur de nouvelles façons de penser le Web, Internet a pris un tournant radical ».*

Mais pas seulement ! À l'intérieur de notre exposé, nous allons faire une quantité de minidémonstrations qui suivront ce même schéma. Par exemple :

- *« Nous allons voir à quel point, avec l'arrivée des sites dynamiques dans les années 1990, l'internaute est maintenant au cœur des préoccupations des concepteurs de sites Web. »*
- *« Les sites statiques qui, jusqu'à présent composaient la majorité de la toile, ne satisfont plus les internautes qui sont en demande de personnalisation. »*
- *« Des sites sur lesquels l'utilisateur entre un login et un mot de passe font leur apparition. »*
- *« Ces sites Web permettent de personnaliser les pages affichées en fonction de l'utilisateur. Le contenu des pages est généré par des scripts, qui sont des petits programmes s'exécutant sur le serveur. »*
- *« Nous venons de le voir : les sites Web tiennent de plus en plus compte de l'internaute. C'est ce qu'on a appelé le Web 1.5. »*

De cette manière, nous apportons à notre auditoire une réponse précise à une question ou bien une solution précise à un problème. Et nous démontrons que cette réponse ou cette solution est la meilleure.

La conclusion

Nous l'avons vu ci-dessus, la conclusion consistera d'abord en le rappel de ce que vous venez de démontrer : « *Nous venons donc de voir ensemble que grâce à tous ces sites qui s'appuient sur de nouvelles technologies et sur de nouvelles façons de penser le Web, Internet a pris un tournant radical* ».

Ensuite vous rappellerez brièvement les quelques points (les propositions principales) qui vous ont permis d'arriver à cette conclusion. Si l'on prolonge l'exemple de la conférence sur le Web 2.0, on imagine quelque chose comme ceci : « *Cette révolution ne s'est pas faite en un jour ! Il y a d'abord eu les sites statiques. Puis les sites dynamiques qui permettaient d'afficher des pages personnalisées en fonction de l'internaute. Enfin le Web 2.0 qui a permis de lier les gens entre eux. Mais nous avons également vu que tout n'était pas rose dans le 2.0 et que certains sites étaient sujets à controverse* ».

Enfin, vous pourrez ouvrir sur quelque chose d'autre. On peut envisager d'évoquer le Web 3.0, avec une phrase telle que celle-ci par exemple : « *On parle à présent de Web 3.0, mais personne ne sait vraiment ce dont il s'agit. Est-ce que ce sera le Web des objets ? Est-ce que ce sera le Web sémantique ? Est-ce que ce sera le Web 3-D ? Une chose est sûre, le Web 3.0, c'est le Web du futur* ».

Une fois que vous avez fini, remerciez votre public et proposez de répondre aux questions si c'est prévu. Après la séance de questions, concluez pour de bon en invitant votre public à l'action : « Je vous invite à prolonger le débat en prenant dès à présent votre smartphone et en me demandant en contact sur LinkedIn. Mon nom est écrit derrière moi. Je vous souhaite une excellente fin de journée. » Cela aura plus de poids qu'un simple « Plus de questions ? Non ? Bon ben voilà, euh, merci à tous ».

Dans tous les cas, au moment de quitter la scène, conservez l'attitude enthousiaste, dynamique et souriante que vous avez adoptée tout au long de votre exposé, notamment dans votre démarche.

S'il est vrai que la première impression conditionne l'attitude de votre auditoire pendant votre exposé, la dernière impression est l'empreinte qui restera de vous dans leur esprit. Ne la négligez pas !

Astuce

On devrait, en écoutant simplement votre conclusion, savoir quel message vous avez délivré au cours de votre présentation.

Soignez vos transitions

Votre intervention aura toutes les chances de laisser une trace indélébile dans les esprits de vos interlocuteurs s'ils savent à tout instant où ils se situent dans votre discours. C'est pourquoi il est essentiel de soigner vos transitions.

Cela veut dire qu'il faut être très précis dans ces moments, quitte à être un peu « scolaire » : « Nous venons de voir dans cette première partie qu'il existe une multitude de réseaux sociaux aussi bien généralistes (on a vu Facebook mais il y en a d'autres) que spécialisés, nous allons maintenant dans cette deuxième partie nous intéresser aux réseaux sociaux professionnels ». Notez au passage que la transition est précédée par un résumé de la partie en cours (sauf bien entendu si l'on est en train d'aborder la toute première partie !).

Utilisez ces résumés/transitions non seulement entre vos grandes parties, mais également à l'intérieur de chacune d'entre elles pour faire le lien entre vos sous-parties.

Au final, l'ensemble de votre intervention peut suivre le schéma suivant :

- Accroche
- Présentation du plan
 - *Transition partie 1*
- Partie 1
 - Sous-partie 1.1
 - Résumé sous-partie 1.1 / transition sous-partie 1.2
 - Sous-partie 1.2
 - Résumé sous-partie 1.2 / transition sous-partie 1.3
 - Sous-partie 1.3
 - *Résumé sous-partie 1.1*
 - *Résumé partie 1 / transition partie 2*
- Partie 2
 - ...
 - *Résumé partie 2 / transition partie 3*

- Partie 3
 - ...
- Conclusion
 - Résumé général
 - Ouverture
- Questions
- « Vraie » conclusion

Si vous vous appliquez à respecter rigoureusement ce schéma, vos interlocuteurs recevront de manière régulière des résumés intermédiaires qui leur permettront d'intégrer plus efficacement vos messages. La pédagogie c'est la répétition !

Les transitions seront autant de moments où ils pourront se situer dans votre démonstration et faire le lien entre les différentes parties de votre discours.

À retenir

- Tout le monde adore les histoires.
- Une histoire peut être vue comme une routine interrompue par un événement, entraînant une autre routine, elle-même interrompue, etc. Construisez votre discours suivant ce schéma.
- Soyez synthétique et impliquez l'auditoire. Utilisez les anecdotes et humour.
- Traitez les questions avec précision et sincérité.
- Ayez une accroche percutante et apprenez-la par cœur.
- Pour convaincre, envisagez votre intervention comme une véritable démonstration.
- Concluez en résumant en quelques phrases votre message clé et vos idées principales.
- Soignez vos résumés/transitions en cours d'exposé.

Chapitre 5

Sachez prendre la parole en anglais

Parce que vous n'avez plus le choix

« That French guy was sooooo boring... »

Si vous possédez les clés de la prise de parole en public dans votre propre langue, vous avez fait la plus grande partie du chemin. Mais évidemment, lorsque l'on doit s'exprimer dans une langue étrangère, s'insinue la peur de ne pas être compris, voire moqué, en particulier à cause de l'accent, des mots qui manquent et de la grammaire approximative.

Comment gérer cette situation particulière ?

Prendre la parole en public, c'est stressant. Il faut être préparé.

Prendre la parole en public en anglais, c'est encore plus stressant. Il faut être encore mieux préparé.

La différence culturelle

Vous êtes Français

Pourquoi le trac est-il à son comble lorsqu'on se retrouve dans une telle situation ? En général parce qu'on n'a tout simplement pas l'habitude de s'exprimer en anglais. On est donc persuadé qu'on va faire des erreurs grossières, ne pas trouver ses mots, avoir un accent épouvantable et au final ne pas être compris. On se trompe de problème !

Gardez à l'esprit que votre auditoire sera toujours indulgent quant à votre accent et à vos erreurs linguistiques, mais le sera beaucoup moins si vous ne dominez pas suffisamment votre sujet. Pour autant, c'est en vous préoccupant le moins possible de votre anglais pour vous concentrer sur votre intervention en elle-même que vous évacuerez le stress. La solution est toujours la même : vous entraîner, répéter... et connaître quelques trucs.

L'erreur la plus grossière consisterait à préparer votre intervention en français, pour ensuite la traduire en anglais.

Il faut que vous passiez immédiatement en mode « anglais » : que vous preniez des notes, que vous écriviez votre plan et enfin que vous répétiez dans cette langue.

Si vous avez des diapos, il faut également que vous les conceviez directement en anglais et surtout que vous ne traduisiez pas vos diapos françaises.

Une fois que vous êtes en train de faire votre présentation, surtout ne parlez pas trop vite pour montrer à quel point vous maîtrisez la langue. Vous risquez d'être difficilement compréhensible. N'essayez pas non plus de forcer votre accent de manière à ce qu'il sonne plus américain. C'est en général un échec, notamment parce qu'on commet des erreurs grossières d'accent tonique.

Enfin, votre public ne vous connaît en général pas ou peu. Mais les Français ont une réputation : ils seraient arrogants, râleurs, peu aimables... À vous de faire mentir ces préjugés !

Revêtez votre panoplie d'orateur enthousiaste et passionné. Soyez positif, engagé, communicatif et charmant.

Cependant, sachez vous adapter à votre public. Renseignez-vous à l'avance sur la composition de celui-ci. C'est par un savant mélange de « French touch » et de prise en compte des références propres aux gens qui vous écoutent que vous assurerez le succès de votre intervention.

Le public américain

On imagine souvent que les Américains (ou plus largement les Nord-Américains, incluant les Canadiens francophones) et les Français ont des façons de penser radicalement différentes et qu'en conséquence il faut changer sa manière de faire pour se faire entendre lorsqu'on traverse l'Atlantique. Les Français seraient beaucoup plus dans le raisonnement argumenté, détaillé, fouillé, faisant appel à la raison et non aux émotions. L'héritage cartésien, encore...

Les Américains, eux, seraient beaucoup plus pragmatiques, efficaces, allant à l'essentiel en faisant abstraction des détails. Ils seraient beaucoup plus enclins à jouer sur les émotions de leurs auditeurs.

S'agit-il de clichés ? Pas forcément à en croire l'anecdote suivante.

J'ai deux enfants : l'un est né aux États-Unis, l'autre en France. Mon épouse Chrystèle et moi avons suivi des cours de préparation à l'accouchement à New York pour notre premier enfant, et Chrystèle a suivi seule le même genre de cours avec une sage-femme à Paris. Les pères n'étaient pas invités.

Chrystèle a observé que lors de la préparation en France, la sage-femme était bien entendu très compétente, mais utilisait un ton professoral et ses cours visaient principalement à transmettre des connaissances. En revanche, lors de la préparation que nous avons suivie aux États-Unis, la sage-femme nous a fait faire des exercices pratiques, a utilisé nombre de métaphores, nous a fait toucher du doigt le bonheur et les difficultés rencontrées à la naissance d'un enfant et nous a fait participer dans une optique de « discussion » et d'« expérimentation » plus que de « cours ». Sa ligne directrice était de nous faire acquérir une compétence.

C'est donc vrai. Souvent, les Français parlent à la tête et les Américains parlent aux émotions.

Mais devinez quelle formation mon épouse a préféré ? L'américaine bien entendu. Elle en a retenu plus de chose, elle l'a vécu plus comme une expérience que comme un cours et au final cela nous a plus aidés lors de la naissance.

Il ne s'agit donc pas de s'adresser « à la française » aux Français et « à l'américaine » aux Américains afin que chacun retrouve ses repères et ses habitudes de spectateurs. Il s'agit plutôt de trouver quelle est la méthode la plus efficace lorsqu'il s'agit de convaincre. Et, nous l'avons vu dans les chapitres précédents, il s'agit de parler à la fois à la tête par une démonstration logique établie

sur des propositions claires, et aux émotions en y instillant des éléments tels que des anecdotes, de l'humour, de l'implication, etc.

Quelle que soit la nationalité des membres de votre public, gardez à l'esprit qu'il n'existe pas une manière de convaincre des Français, une autre manière de convaincre des Américains et ainsi de suite pour chaque culture. Il existe en réalité une et une seule manière de convaincre des êtres humains.

Ce faisant, il est important de savoir que dans la culture américaine, l'enthousiasme est la règle. Les Américains ne comprendront donc pas que vous n'utilisiez pas de superlatifs.

Ne dites pas « *This project is interesting* » mais « *This project is amazing* ». Ne dites pas « *I like it!* » mais « *I love it!* ». Ne dites pas « *It's good* » mais « *It's great* ».

Bref, placez-vous toujours un niveau au-dessus de votre intérêt ou de votre enthousiasme réel.

Le public américain appréciera également davantage votre exposé si vous êtes dans un style décontracté et plus familier que ce dont les Français ont l'habitude. Appelez telle personne qui vous a posé une question par son prénom, même si vous la connaissez à peine.

Le public international

Il n'est donc pas utile de détailler tous les types de public afin de savoir comment s'adresser à chacun d'entre eux ! Imaginez que vous deviez reconstruire votre discours à chaque fois que vous êtes confronté à une culture différente... Ce serait fastidieux et contre-productif.

En revanche, lorsque vous parlez à un public international, il est important de :

- Connaître à l'avance la composition du public, afin d'éviter l'humour inapproprié ou les exemples gênants : faites référence à la bataille de Verdun et vous créerez une gêne au sein d'un public allemand. Idem pour la guerre de Cent Ans et un public britannique. Faites de l'humour sur les Belges, et vous aurez la certitude de déclencher un bide auprès d'un public non français. Évoquez « Lucky Luke » devant des Américains et ils vous regarderont avec des grands yeux ronds en se demandant qui est-ce « Luke le chanceux ».
- Être au courant de certains codes gestuels. Le geste signifiant « OK » se fait le pouce levé dans beaucoup de pays mais demande de joindre l'index et

le pouce en formant un cercle aux États-Unis. Commander deux bières en Grande-Bretagne en levant l'index et le majeur le dos de la main tourné vers votre interlocuteur est une insulte.

- Connaître leur niveau d'anglais et vous y adapter le cas échéant. Bannissez les expressions qui risqueraient de ne pas être comprises. Si vous avez le moindre doute au cours de votre exposé, demandez s'il est nécessaire d'expliquer à nouveau. De manière générale soyez très à l'écoute des réactions de la salle.

Astuce

Dans certaines cultures, notamment dans les pays asiatiques, il est de rigueur de ne pas manifester enthousiasme ou lassitude... bref d'être sobre et stoïque. Ne vous laissez pas démoraliser par un public qui ne réagit pas autant que vous le souhaiteriez !

Les pièges

Les faux amis

Il y en a une quantité astronomique. Il est impossible de tous les répertorier, mais en voici quelques-uns qui vous permettront d'éviter de sérieux malentendus lors de vos prises de parole :

- *A figure* n'est en aucun cas un visage, mais un chiffre. À utiliser dans des expressions comme *a four figure sum*: un montant à quatre chiffres. Un visage se dit *a face*.
- *A hazard* n'a rien à voir avec la chance mais désigne bien un danger, un risque. *The hazards of doing something*: les risques qu'il y a à faire quelque chose. Un hasard se dit *a coincidence*.
- Vous ne pourrez jamais vous échapper grâce à *an issue*, puisque ce mot désigne un problème. Une issue se dit tout simplement *an exit*.
- Lorsque vous prenez la parole en public pour donner une conférence, *you give a lecture*. La lecture se dit *reading*.
- *A phrase* désigne une expression. Vous parlerez de *sentence* pour désigner une phrase.
- *Demand something* et vous exigerez quelque chose. Si vous voulez juste demander, *ask for something*.
- *To resume* veut dire reprendre, continuer. Résumer se dit *to summarize*.

- *Actually* est très fréquemment mal employé par les Français. Cela veut dire « en fait ». Vous direz *presently* si vous voulez signifier « en ce moment ». Vous direz *nowadays* si vous voulez dire « de nos jours ».
- Enfin *eventually* signifie « finalement », dans le sens de « à terme ». Pour dire « éventuellement », vous pouvez dire *possibly* s'il s'agit d'une éventualité. Ou encore *alternatively* dans le sens de la phrase « Vous pouvez m'écrire ou éventuellement m'appeler ».

Les erreurs grammaticales courantes

Faire une erreur de grammaire n'est en soi pas bien grave pour la compréhension. Mais si celles-ci s'accumulent, il se peut qu'elles finissent par agacer certains membres de votre auditoire qui n'arriveront plus alors à se focaliser sur autre chose.

Les pires erreurs sont souvent celles qui résultent d'une traduction littérale du français. Une raison de plus pour apprendre à penser directement en anglais !

Voici les quelques erreurs de grammaires commises le plus souvent et que vous pouvez facilement éviter, des plus évidentes aux plus subtiles :

- Le « s » final des verbes conjugués à la troisième personne du singulier. Tout le monde le sait, mais si l'on n'y prend pas garde, on se fait facilement piéger. *He eats* et non pas *He eat*.
- L'utilisation du pronom « it ». Même remarque : on le sait mais on est vite étourdi. *I love this table. It is beautiful* et non pas *I love this table. She is beautiful*.
- *I am agree* est une traduction littérale de *Je suis d'accord* et est incorrect. Utilisez *I agree/I disagree*.
- Revoyez votre liste de verbes irréguliers. *I broke it* au lieu de *I broke it* n'est pas du meilleur effet.
- « Ça fait dix minutes que j'attends » ne se traduit pas par *I wait for ten minutes* mais *I have been waiting for ten minutes*. C'est du *present perfect continuous*.
- *When* est suivi du présent et non pas du futur dans les cas tels que *When I'm sixty-four*, titre d'une chanson des Beatles qui signifie « quand j'aurai soixante-quatre ans ».
- Il ne faut pas employer systématiquement le *present perfect* pour traduire le passé composé. Ce temps sert en fait à parler d'une action qui a commencé dans le passé et qui a une conséquence sur le présent. Dans le cas contraire, on emploiera le prétérit. *I've seen Star Wars ten times* : « J'ai vu La guerre

des étoiles dix fois » (sous entendu « Pas question qu'on le regarde une nouvelle fois ! »). Mais *I saw Star Wars in 1977*: « J'ai vu La guerre des étoiles en 1977 ». Point barre.

L'accent tonique

Il a fallu que je parte habiter aux États-Unis et que je commande un jus d'orange pour que je me rende compte de l'importance de l'accent tonique.

- « *What would you like ?*
- *An orange juice, please.*
- *I'm sorry ?*
- *An orange juice... please.*
- *What's that ?*
- *An ORANGE JUICE. PLEASE !*
- *Ooooh ! An orange juice ! »*

J'ai compris après plusieurs semaines que je commettais énormément d'erreurs sur l'accent tonique, qui me faisaient dire « orange » en insistant sur la deuxième syllabe au lieu de « orange » en insistant sur la première. Et il a fallu que je sois au bord de mourir de soif devant une serveuse qui ne comprenait pas ce que je demandais pour admettre que l'accent tonique était essentiel à la compréhension en anglais. Et relever qu'aucun professeur ne m'en avait jamais fait prendre conscience au cours de ma scolarité.

Il ne m'a pas fallu longtemps ensuite pour que je corrige le message du répondant de mon téléphone portable en « ... *please leave a message* » au lieu de « ... *please leave a message* » qui risquait de laisser entendre à mes interlocuteurs qu'ils étaient invités à laisser un « massage ».

Vous l'avez compris, ignorer les accents toniques peut laisser libre cours à de nombreux malentendus. Le problème, c'est que la langue française ignore complètement ce genre de subtilités pour être d'une platitude navrante. Résultat : les Français n'entendent généralement rien à ces modulations.

D'autant qu'il semble que l'accentuation tonique tombe parfaitement au hasard. En réalité, ma récente discussion avec une professeure agrégée en anglais m'a fait réaliser qu'il faudrait un livre entier pour couvrir l'ensemble des règles et exceptions. Le mieux, c'est de parler la langue et de faire ensuite confiance à l'intuition et la pratique.

Le vocabulaire

Vous commettrez des erreurs, vous chercherez vos mots, vous ferez des périphrases, vous aurez quelques hésitations... mais personne ne vous en voudra. La plupart des anglophones sont en réalité admiratifs lorsqu'ils entendent une personne étrangère s'exprimer en anglais.

Cependant, puisque vous êtes un expert dans le domaine relatif à votre présentation, vous ne pouvez pas vous permettre d'être approximatif quant au vocabulaire lié à celui-ci. Soyez précis et compétent.

Sachez enfin qu'il y a quelques différences entre l'anglais américain et l'anglais britannique. Un appartement se dira *a flat* en Grande-Bretagne et *an apartment* aux États-Unis. Une couleur s'écrira *a colour* en Grande-Bretagne et *a color* aux États-Unis. Soyez au courant de ces quelques subtilités.

Pour structurer

Ayez en tête quelques formules qui vous permettront de structurer votre discours. Apprenez-les par cœur, cela vous permettra de mieux vous concentrer sur le contenu de votre intervention et d'assurer la fluidité de votre discours.

Le vocabulaire pour structurer

Commencer
First of all - Firstly - For a start - To begin with - In the first place - As an introduction
Faire le lien
On the one hand... on the other hand... - To some extent : dans une certaine mesure - On the contrary - As a result - This brings me to my next point - Furthermore, moreover - On top of this / in addition - On the whole : dans l'ensemble - At last, lastly, ultimately, finally, eventually - In other words - In short - All this goes to show that... : cela démontre que... - Secondly, thirdly... - Then, next - Now that I've told you about..., I'd like to tell you about...
Opinion
In my opinion - According to - As far as I'm concerned
Conclure
In conclusion - As a conclusion - To conclude

Pour les chiffres, tableaux et graphiques

Les éléments
Table - Diagram - Figure - Illustration - Flow chart - Pie chart - Bar chart - Line graph - Data
Décrire
To show - To represent - To depict - To illustrate - To present - To give - To provide - To compare - To give data on - To give information on - To reveal
Quantités
The proportion of - The amount of - The number of
Variations
To increase - To decline - To decrease - To drop - To maintain - To remain - To Rise - Peak - Trend - Steadiness - Unchanged
Adjectifs (Adverbes)
Quick(ly) - Significant(ly) - Dramatic(ally) - Moderate(ly) - Gradual(ly) - Slight(ly) - Slow(ly) - Constant(ly) - Sharp(ly) - Moderate(ly)

Astuce

De manière générale, vérifiez dans le dictionnaire ou sur des sites tels que <http://www.wordreference.com> lorsque vous n'êtes pas certain du vocabulaire.

Pratiquez votre anglais

En France, nous ne sommes pas habitués à pratiquer l'anglais à l'oral : les films sont tous doublés, la chanson française concurrence brillamment la chanson anglophone...

De plus, nous sommes immergés dans une culture de l'écrit. C'est ce qu'on constate dès le collège et le lycée où les prises de parole des élèves sont rares dans les cours de langue.

Résultat : les Français sont souvent plus mauvais que les autres Européens lorsqu'il s'agit de s'exprimer dans la langue de Shakespeare. Heureusement, l'écart se réduit avec l'arrivée des jeunes générations qui sont maintenant en contact avec la langue anglaise dès le primaire et qui téléchargent les séries américaines en version originale sur leur *smartphone*.

Parlez

Évidemment, le meilleur moyen de pratiquer une langue c'est de la parler. Voyagez ! Vous serez en immersion totale et vous n'aurez d'autre choix que de vous exprimer en anglais : au restaurant, dans les musées, les monuments... Préférez la visite guidée en anglais plutôt que dans votre langue.

Si vous pouvez loger en chambre d'hôte c'est encore mieux. En général vous y êtes accueilli dans un cadre familial, et les conversations entre résidents sont encouragées. C'est moins impersonnel et plus propice aux échanges que l'hôtel. Pour peu que vous ayez de la chance, vous découvrirez une multitude d'accents qui enchanteront vos oreilles et vous laisseront parfois... perplexe.

Vous pouvez également vous assurer les services d'un natif de pays anglophones pour des conversations en tête à tête ou au téléphone.

Enfin, lisez en anglais à haute voix. N'importe quoi : un magazine, un livre, le contenu d'un site Web... Lorsque mon épouse et moi sommes arrivés à New York pour y habiter, nous avons vite pris l'habitude de lire chaque soir à voix haute à tour de rôle un article de journal ou une page d'un roman en anglais. Nous nous corrigeons l'un l'autre nos erreurs de prononciation, de compréhension ou d'accent tonique.

La culture

Lorsque vous allez au cinéma, privilégiez toujours la version originale. Le travail des acteurs de doublage est souvent extraordinaire, mais l'œuvre traduite y perd quand même en authenticité.

Regardez également les films et les séries sur DVD en version originale. Supprimez les sous-titres en français et remplacez-les par les sous-titres en anglais présents sur de nombreux DVD.

Certains ne supportent pas les sous-titres... c'est une question d'habitude. Avec un peu de pratique, vous les lirez en un rien de temps et vous ne perdrez rien de l'image.

Essayez de comprendre les paroles de chansons. N'hésitez pas à les consulter sur Internet en recherchant « title of the song lyrics ».

Lisez en anglais : des revues, des romans, des essais, des sites Web...

Allez de temps en temps faire un tour sur les chaînes de télévision proposées aujourd'hui avec la plupart des abonnements Internet. Il y en a des dizaines et

des dizaines en anglais. Il est toujours intéressant par ailleurs de jeter un œil sur les chaînes d'information continue pour y apercevoir l'actualité par un autre bout de la lorgnette.

Pour vous entraîner

- Individuellement

Si vous vous ennuyez pendant un discours ou une cérémonie, entraînez-vous à faire la traduction simultanée en pensée, à la manière d'un interprète. Cela vous renseignera sur votre niveau de fluidité dans la langue.

Astuce

Dans les jours précédant une intervention en anglais, mettez la télévision en fond plusieurs heures par jour sur une chaîne de langue anglaise. Même si vous n'êtes pas devant le poste, votre oreille se familiarisera de nouveau avec la langue.

Mettez-vous en danger!

C'est en sortant de votre confort que vous arriverez à progresser. Relevez ce défi de prendre la parole en anglais ! Créez-vous des occasions. Acceptez de travailler avec des équipes internationales.

À une époque où je travaillais pour une société de services en informatique italienne, il m'arrivait de voyager fréquemment à Turin. La communication avec les équipes italiennes se faisait toujours en anglais. Je me souviens avoir regretté à la fin de mon contrat de ne pas avoir plus saisi d'opportunités de parler italien. J'ai certes progressé en anglais, mais je suis également passé à côté de l'occasion de découvrir plus intensément une nouvelle langue.

En revanche, lors de vacances en Espagne quelques années après, je me suis trouvé à devoir effectuer un trajet de plus d'une heure avec un Espagnol qui ne parlait ni le français, ni l'anglais. Pour ma part, je n'avais pas étudié l'espagnol. Je n'ai pas eu d'autre choix que de me lancer et de converser avec les quelques mots que je connaissais. À ma grande surprise, nous nous sommes compris et j'ai constaté que je possédais plus de vocabulaire que je ne le pensais. J'ai surtout été très fier d'avoir réussi à soutenir une conversation construite dans une langue que je n'avais jamais apprise !

Ce jour-là, j'ai plus progressé en espagnol que si j'avais pris deux mois de cours.

À retenir

- Préparez votre intervention directement en anglais.
- N'essayez pas de réaliser des prouesses linguistiques mais concentrez-vous plutôt sur la maîtrise de votre sujet ainsi que votre passion et votre enthousiasme.
- Les Américains sont d'un naturel plus enthousiaste que les Français, tenez en compte. De plus, inspirez-vous d'eux : convainquez en parlant au cœur en même temps qu'à la tête.
- Prenez en compte les spécificités de votre public, en particulier les différentes nationalités et le niveau d'anglais.
- Faites attention aux faux amis, aux erreurs grammaticales et à l'accent tonique.
- Profitez de chaque occasion qui vous est donnée de pratiquer votre anglais.

Chapitre 6

Donnez du visuel à vos présentations

Pour soutenir votre discours

« À force de lire les diapos, je crois bien que je n'ai rien écouté. »

Mardi, quatorze heures. C'est l'heure de la réunion.

Vous avez bien déjeuné et vous êtes revenu au bureau à treize heures trente. Vous avez eu le temps de boire un café avec vos collègues, de commenter l'actualité du jour, d'attraper votre ordinateur portable et de prendre l'ascenseur pour vous rendre au neuvième étage.

Vous accédez à la salle et vous saluez les six ou sept collègues qui sont déjà assis. Le présentateur du jour, Patrick, est en train de se débattre avec le vidéoprojecteur qui affiche désespérément « No source available ». Vous vous asseyez autour de la table de manière à n'être ni trop près ni trop loin. Patrick, en bout de table, a réussi à obtenir une image. Son PowerPoint affiche la diapositive de titre.

Vous n'avez jamais travaillé avec Patrick, mais d'après ce que vous savez, il est rompu à ce genre d'exercice. Il travaille à l'informatique et va vous montrer la solution que son équipe vous propose pour la création d'un logiciel destiné à faciliter le suivi client.

Il s'exprime bien, sourit suffisamment, s'adresse à tous... Vous êtes attentif.

Sa première diapositive est une liste à puces. Vous lisez. Patrick aussi lit tout haut. Il commente un peu chaque point. Vous avez fini de lire tous les points alors que Patrick en est au deuxième. Vous écoutez un peu moins... La diapositive suivante est un tableau. Vous essayez de comprendre ce dont il s'agit. En colonne il y a les années. Bon. En ligne, il y a les noms de vos plus gros clients. Il y a des chiffres à l'intérieur des cases... On ne sait pas ce dont il s'agit. Est-ce qu'il vient de le dire ? Vous ne savez pas, vous n'avez pas écouté. Il le dit : c'est le montant facturé pour chaque client en kilo euro. C'est idiot, vous vous rendez compte que c'était écrit en dessous, en petit. Patrick annonce qu'il ne faut pas s'intéresser à la colonne « 2014 ». De toute façon, elle est fausse. Ah bon.

Troisième diapo. De nouveau une liste à puces. Vous lisez rapidement. Vous consultez discrètement votre téléphone. Rien de neuf. Tiens, le vidéoprojecteur est un Sony. Au fait, il va falloir que vous rachetiez un téléviseur, le vôtre est un peu ancien. Et il y a quoi à la télé ce soir ? Sixième diapo. Vous en avez raté deux ! Mince. Est-ce qu'il a dit quelque chose d'important ? Vous vous penchez pour demander à votre voisine. Elle vous répond qu'il a dit un truc sur le système en place, comme quoi l'architecture client-serveur n'était plus d'actualité ou quelque chose dans le style.

Vous vous concentrez à nouveau sur ce que raconte Patrick. Septième diapo. Elle est très compliquée. Il y a un schéma, une image, une bulle avec du texte et un camembert. C'est écrit petit : vous plissez les yeux. Patrick est en train de détailler le schéma. Vous avez les yeux rivés sur le camembert. Rouge et rose côte à côte. Bof. Vous l'écoutez d'une oreille. Vous baillez.

Vous arrivez à suivre la partie sur les fonctionnalités de personnalisation de l'application.

Vous baillez à nouveau.

C'est fini.

Vous avez certainement déjà vécu ce scénario. On accuse l'orateur, le sujet, la salle, la fatigue... on émet deux ou trois doutes sur tel ou tel graphique ou sur le choix de la couleur de fond. Mais vous est-il arrivé de mettre réellement en cause la manière dont le diaporama a été conçu ? Peut-être pas.

Peut-être même êtes-vous un de ceux qui se trompent lorsqu'ils créent leurs diapositives. Si vous êtes certain que non, lisez tout de même ce chapitre, il pourrait vous réserver quelques surprises...

Les mauvaises raisons d'utiliser PowerPoint

Parce qu'on vous le demande

C'est devenu la règle : toute intervention en entreprise se doit d'être accompagnée du PowerPoint réglementaire. Lorsque c'est à votre tour de présenter l'état d'avancée d'un projet, une idée ou un produit, vous n'y dérogez pas : vous en préparez un.

Et comme pour le justifier, vous faites comme tout le monde : vous alignez les phrases sous forme de listes à puces, vous présentez des histogrammes, des camemberts, vous mettez le logo de votre entreprise et quelques cliparts que vous choisissez avec plus ou moins de soin. Bref vous remplissez de la page blanche.

Si vous décidez de présenter un diaporama, c'est bien parce qu'il doit apporter quelque chose de plus à votre intervention. Êtes-vous certain d'agir dans ce sens ? Vous êtes-vous réellement posé la question : ai-je besoin d'un PowerPoint pour mon intervention ?

Parce que ça vous permet de ne rien oublier

C'est exact.

Si votre PowerPoint est rempli de listes à puces qui reprennent exactement ce que vous devez dire, vous n'oublierez rien en les lisant. Ce faisant, vous aurez détourné le logiciel de son objectif original en l'utilisant comme un prompteur.

Point positif : vous aurez dit tout ce que vous vouliez dire. C'est le seul. Parce que du côté de votre public, l'effet est désastreux !

En agissant ainsi, vous faites preuve de paresse. En effet, vous ne vous donnez pas la peine de répéter, de retenir l'enchaînement des points formant votre raisonnement et de les restituer avec engagement.

Vous faites également preuve de non-respect de votre public. Vous vous tournez en permanence vers l'écran où l'image de votre diaporama est projetée ou bien vous baissez les yeux vers votre ordinateur portable ou le retour sur téléviseur. Bref, vous perdez le contact visuel avec votre auditoire et en conséquence vous rompez la communication. De plus, si vous avez prévu de leur répéter ce qui est inscrit sur vos diapos, il est inutile de les obliger à se déplacer. Chacun est capable de déchiffrer cette même présentation bien installé à son bureau ou dans les transports en commun.

Vous faites enfin preuve d'inconscience. Il en faut en effet pour estimer que vous réussirez à convaincre votre auditoire et à les faire adopter votre point de vue en leur faisant la lecture. Vous réussirez au mieux à les endormir, au pire à les faire partir.

Parce que vous diffusez cette présentation par courriel ensuite

Certes.

Vous êtes donc obligé de mettre tout ce que vous dites dans votre PowerPoint. Cette fois-ci vous ne le faites pas parce que vous avez besoin de le lire pour ne rien oublier mais parce que de cette façon, vos spectateurs n'auront nullement besoin de prendre de notes. Puisque vous leur enverrez par courriel, ils auront sur leur ordinateur un document reprenant les points principaux de votre intervention. Ils ne le consulteront d'ailleurs peut-être plus jamais...

Une nouvelle fois, vous êtes coupable de paresse. Parce que PowerPoint n'est pas un outil de rédaction de documents. PowerPoint est un outil de création de présentations. Il sert, s'il est bien utilisé, de support à votre présentation, non pas de substitut.

PowerPoint n'est pas Word !

Si vous tenez à ce que chacun ait en sa possession toutes les informations que vous leur aurez communiquées lors de votre intervention, il est nécessaire de rédiger un document en plus de votre PowerPoint. Celui-ci contiendra du texte, éventuellement des tableaux, des graphiques, peut-être aucune image... mais il ne pourra en aucun cas accompagner votre présentation orale.

Si votre PowerPoint est bien conçu, il sera également difficile de satisfaire la curiosité des organisateurs de conférences qui ont tendance à vous le demander deux semaines avant la date fatidique. D'où la nécessité de leur proposer également un document complémentaire.

Un PowerPoint plus un document : voilà qui va vous demander du travail supplémentaire. Mais vous éviterez le pire des défauts lorsqu'on présente un diaporama : la redondance entre votre discours et vos visuels. Vous pouvez cependant éviter la rédaction d'un document complémentaire en utilisant la fonction « commentaires » de PowerPoint, qui vous permettra d'ajouter du texte d'accompagnement à vos diapos.

Des logiciels pas si bien conçus

Est-ce totalement de la faute des présentateurs si tellement d'interventions accompagnées de PowerPoint sont ennuyeuses ? Non, bien sûr.

Il y a d'abord le phénomène de reproduction. On refait le même genre de présentations que celles auxquelles on a assisté : dans les écoles, les universités, les entreprises, les conférences... On a bien réalisé que d'une certaine manière il manquait quelque chose, qu'on ne se trouvait pas exactement conquis, séduit, convaincu... mais on ne sait pas vraiment pourquoi.

La deuxième raison, c'est que PowerPoint, Keynote, OpenOffice, etc. sont conçus de manière à vous pousser à créer ce type de présentation.

Lorsque vous ouvrez le logiciel, on vous propose des modèles et des fonds : en général, les modèles incluent des listes à puces. Ils vous permettent également d'insérer des graphiques très complexes, des tableaux, des feuilles de calcul, etc. Les fonds sont souvent chargés, colorés, avec des détails... On vous propose également une liste d'effets, d'animations, de transitions tous plus sophistiqués les uns que les autres.

Bref, tout vous incite à surcharger vos diapositives d'information.

Il est pourtant étonnant de constater que Bill Gates lui-même, qui fut le PDG de Microsoft jusqu'en 2008, n'utilise absolument pas ce genre de modèle lorsqu'il fait ses présentations sur l'énergie dans le cadre de sa fondation ! C'est parce qu'il est aidé par des designers professionnels.

Vous n'avez certainement pas de designer professionnel à votre disposition. Mais vous avez votre bonne volonté, l'envie d'apprendre et les quelques conseils que vous allez lire dans les prochaines pages pour réussir vous aussi vos présentations avec support visuel.

Vous allez découvrir qu'il n'est pas question de jeter ces logiciels aux orties, mais qu'il est important de savoir les utiliser différemment du commun des mortels pour en faire un outil puissant de support de votre discours.

Ce qu'il ne faut pas faire

Je vous dis depuis le début du chapitre que vous ne faites certainement pas ce qu'il faut pour donner à vos présentations l'impact qu'elles méritent. Voyons maintenant plus en détail ce dont il s'agit. Vous vous y reconnaîtrez peut-être...

Écrire ce que l'on dit

Si vous êtes déjà tombé un jour sur un film français sous-titré, vous avez constaté que vous ne pouviez pas vous empêcher de lire les sous-titres tout en écoutant les dialogues. Même parfois si c'est sous-titré dans une langue que vous ne connaissez pas !

Quand vous suivez une présentation au cours de laquelle l'orateur dit exactement la même chose que ce qui est écrit sur ses diapos, vous êtes dans la même situation. Sauf qu'on vous présente les sous-titres des trois premières minutes d'un seul coup. Alors vous les lisez.

Comme l'être humain est ainsi fait qu'il ne peut pas prendre en compte en même temps les informations verbales venant de deux canaux de communication différents, sans presque vous en rendre compte, après avoir arrêté de le regarder, vous arrêtez d'écouter l'orateur puisque vous lisez. Et quand vous avez fini de lire, vous n'avez plus besoin de l'écouter puisque vous avez déjà tout lu !

Un orateur qu'on n'écoute pas et qu'on ne regarde pas est un orateur qui ne sert à rien. Un orateur qui ne sert à rien est un orateur qui aurait mieux fait de rester chez lui. Un public qui se retrouve en face d'un orateur qui ne sert à rien aurait mieux fait de rester chez lui également.

Que de temps gâché !

Pour vous entraîner

- Individuellement

Ressortez les diapos de votre dernière présentation et relevez les textes que vous avez lus tels quels. Supprimez-les ! Regardez ce qui reste...

Utiliser les listes à puces ... quand on ne présente pas de liste

Ce qui est tentant lorsqu'on pose une puce sur une présentation, c'est forcément d'y mettre du texte derrière ! Pas énormément de texte, mais une petite phrase, rédigée avec un verbe à l'infinitif, du genre : « Doubler le nombre de clients d'ici cinq ans ».

Ce qui est encore plus tentant, c'est de poser une autre puce en dessous, avec du texte derrière. Pour commencer une liste.

Mais comme deux points, ça ne fait pas beaucoup pour une liste, on décide d'en ajouter encore et encore. Et puis, une diapositive avec uniquement deux points, ça fait vide.

Alors le processus décrit précédemment se met en place lorsque vous projetez cette diapositive : on vous lit mais on ne vous écoute pas.

J'ai eu l'occasion de m'en rendre compte à l'occasion d'un séminaire commercial que j'animais. J'étais sur le côté, attendant d'intervenir pendant qu'un orateur était en train de prendre la parole. Je le voyais donc de profil et je pouvais bien entendu l'entendre. Je le trouvais excellent, très vivant, passionné, avec une réelle envie de partager. J'étais donc surpris d'apercevoir un coin de salle avec des spectateurs qui s'ennuyaient franchement. Je n'ai compris qu'en jetant ensuite un œil sur sa présentation PowerPoint comment il avait gâché sa prestation : des diapos sans couleurs et sans images avec des listes à puces de haut en bas...

Vous pouvez décider de faire apparaître les points un à un, au fur et à mesure que vous les énoncez, ce qui éviterait au « lecteur » d'anticiper vos prochains points. Mais finalement, la plupart des orateurs n'ayant pas eu le courage de creuser cette fonctionnalité, on le voit assez rarement. Et même lorsqu'on le fait, cela n'empêche pas les spectateurs de lire le texte au moment où vous le dites.

Encore une fois, l'utilisation de listes à puces avec des phrases (y compris celles où le verbe est à l'infinitif) ne complète en rien le discours, mais le double, donc n'a aucun intérêt pour le spectateur.

Vous pouvez utiliser des listes de mots ou de groupes de mots, qui seront autant de résumés forts de l'idée que vous développerez à l'oral. Faites les apparaître au fur et à mesure que vous les évoquez. Est-il dans ce cas nécessaire d'utiliser des puces ?

Non.



Les listes à puces donnent envie de lire... et empêchent d'écouter.

Proposer des tableaux et graphiques trop détaillés

Vous commencez à le comprendre : il est inutile de faire figurer des informations qui sont redondantes avec le discours.

Mais la deuxième chose à retenir, c'est qu'il est également inutile de faire figurer des informations dont vous n'avez pas besoin ! Vous pensez que cela va sans dire ? Eh bien jetez un œil sur votre dernier PowerPoint. Regardez si vous y avez proposé un tableau. Maintenant rappelez-vous. Avez-vous dit quelque chose comme : « Le chiffre à retenir, c'est celui-ci ».

Et vous avez montré du doigt le pourcentage de client ayant dix salariés ou moins par exemple. Personne ne s'est vraiment posé la question : « Mais pourquoi montre-t-il les autres chiffres alors ? », mais tout le monde a regardé le tableau dans tous les sens, a essayé de comprendre ce que vous aviez mis en ligne et ce que vous aviez mis en colonne, a plissé les yeux pour lire les caractères trop petits... Et il n'y aurait qu'une seule donnée qui serait importante ? Eh bien ne montrez que celle-là !

Le remplissage intempestif de diapo vient d'une tendance universelle à vouloir prouver aux autres ses compétences et son savoir. On veut montrer qu'on a bien travaillé, et qu'on a produit. Or, on aurait encore mieux travaillé si on avait ensuite épuré.

Montrer un seul nombre sur une diapositive vous semble être d'une incongruité insurmontable ? Raisonniez un instant et posez-vous la question suivante :

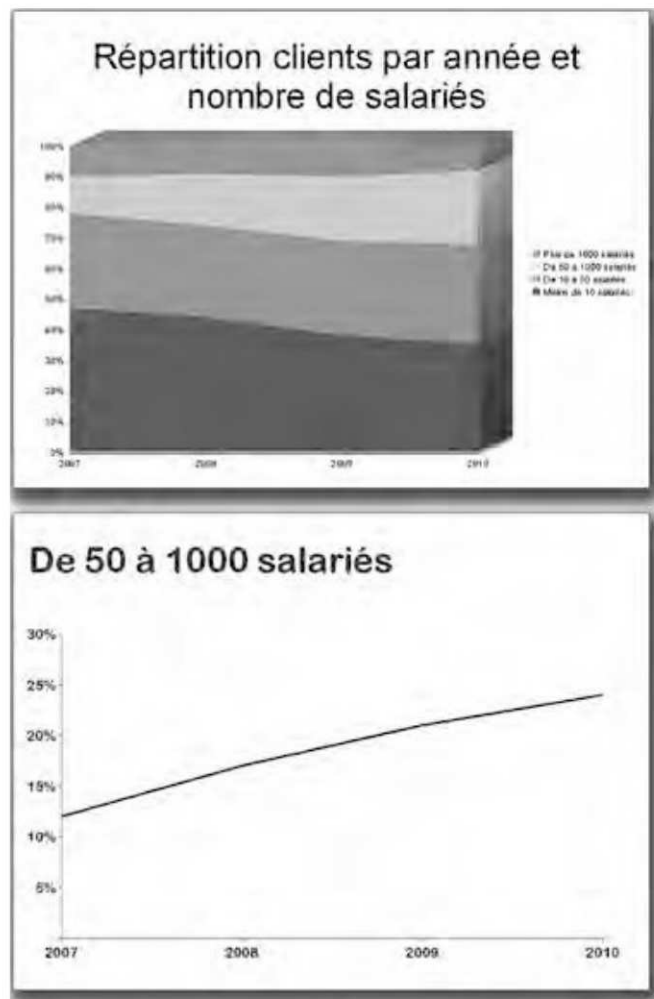
retient-on mieux un nombre isolé et écrit en gros ou un nombre noyé au milieu d'autres nombres ? Je vous épargne la réponse.

Oui, mais les autres nombres ont leur importance, me direz-vous. Vous en êtes certain, dans le contexte du message que vous voulez faire passer ? Franchement, ça nous est égal, personne ne les retiendra et ils ne participent pas de votre message. Vous pouvez toujours les faire figurer sur le fameux document qui accompagnera votre présentation et que vous mettrez à disposition par courriel (qui ne doit pas être, dois-je le rappeler, le même fichier que le support visuel que vous projetez).

Même chose pour les graphiques, camemberts, etc. Il faut vous demander ce qui est important et le faire ressortir de manière visuelle. Dans le cas suivant, vous avez peut-être dit : « Remarquez l'évolution du pourcentage de clients ayant entre cinquante et mille salariés », mais encore une fois, il a fallu passer quelques secondes à détailler le graphique pour remarquer cette évolution. Mettez-la en valeur !



Trop d'informations empêchent votre public de se concentrer sur celle qui est importante. Celle-ci est bien mise en valeur en bas.



De la même manière, l'information importante est en haut noyée au milieu du graphique. Faites l'effort de la mettre en valeur comme en bas. Ne reste-t-il pas encore des choses en trop dans cette diapo ?

Abuser des possibilités du logiciel

J'ai récemment vu une publicité de Microsoft qui évoquait les dizaines de nouveaux effets, transitions, etc. Ça avait l'air extrêmement important pour eux que le client se rende compte qu'ils avaient énormément travaillé pour qu'il puisse épater la galerie avec ces nouveaux « gadgets ». Mais c'est comme les soirées photos organisées par les amis qui reviennent de trois semaines au Pérou : c'est absolument magnifique, mais au-delà de cinq minutes ça n'intéresse plus qu'eux.

En insistant sur les effets et transitions, Microsoft vend un logiciel pour se faire plaisir à soi et non pas aux autres. C'est très malin d'un point de vue marketing, mais désastreux pour vos présentations.

Et pourtant c'est très tentant, et on se dit que ça ne mange pas de pain : l'arrivée d'une pile de billets avec double looping suivie d'un bruit de caisse enregistreuse pour matérialiser la volonté de réduire les délais de paiement client, c'est franchement rigolo. Effectivement, ça risque d'en faire rire certains qui seront épatés de la virtuosité avec laquelle vous maniez l'outil informatique. Ça en fera ricaner d'autres qui trouveront cela absolument ringard. Mais en tout cas, ça n'atteindra pas le but escompté : motiver les troupes à réduire les délais de paiement. En fait, ça les détournera de votre message.

N'utilisez donc ce genre d'effet que s'ils ont un sens dans votre discours.



PowerPoint propose des animations et transitions toutes plus sophistiquées les unes que les autres mais qui ne sont que des gadgets dont il faut se tenir éloigné.

Astuce

Regardez en ligne le sketch de Don McMillan « Life After Death by PowerPoint ». Il est hilarant... et instructif sur les choses à ne pas faire.

Ce qu'il faut faire

On s'en souvient, votre discours ne doit servir qu'à une seule chose : participer à la démonstration qui vous permettra de convaincre votre public. De la même manière, votre diaporama doit apporter des éléments destinés à convaincre votre public. Il faut simplement que celui-ci se place sur un autre plan que votre discours. Ce que vous dites, c'est du verbal. Ce que vous montrez, c'est du visuel.

Voilà pourquoi proposer un diaporama pour y apposer essentiellement des lignes et des lignes de texte, des grands tableaux et des graphiques compliqués est une ineptie. Si vous voulez que votre diaporama soit percutant, il faut qu'il soit simple, efficace et sobre.

Procurer des émotions

Voici une liste des six émotions primaires sur lesquelles vous pouvez agir :

- la joie ;
- la tristesse ;
- le dégoût ;
- la peur ;
- la colère ;
- la surprise.

Ces émotions sont ressenties suite à des expériences sensorielles :

- Ce qu'on entend. C'est ce que vous dites.
- Ce qu'on voit. C'est votre corps, votre visage. C'est également votre diaporama.
- Ce qu'on touche, goûte ou sent. Ce sont des artifices de mise en scène dont vous pouvez bien entendu vous servir si cela sert votre propos.

De la même manière que vos talents de comédien, votre diaporama doit donc être capable de procurer des émotions, et non pas juste faire couler de l'information via le « robinet » de votre vidéoprojecteur.

Il faut donc évidemment avoir recours aux images et aux symboles forts pour susciter cela chez vos spectateurs.

S'appuyer sur du visuel

Pensez :

- aux avions percutant les tours du World Trade Center le 11 septembre 2001 ;
- à la victoire de la France en coupe du monde de football le 12 juillet 1998 ;
- à la chute du mur de Berlin le 9 novembre 1989 ;
- au premier pas de l'homme sur la Lune le 21 juillet 1969.

Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit lorsqu'on évoque ces moments ?
Des mots ou des images ?

Les images ont un pouvoir si extraordinaire qu'elles sont capables de solliciter des émotions à leur simple évocation. De plus l'image permet de transmettre au spectateur une grande quantité d'informations sans qu'il en ait nécessairement conscience.

C'est évident, l'image est le meilleur support de votre discours. Par « image », on entend bien sûr les photos, mais également des dessins, des symboles, des montages... et paradoxalement du texte.

Par texte, j'entends un mot ou un groupe de mots ou un nombre. Mais attention, pas des phrases entières ! Cela doit représenter une idée forte et être mis en valeur dans la diapositive. Autant la police que la couleur, le placement, la taille doivent être choisis avec soin afin de composer... une image.



Ayez recours à des visuels: cette image aura plus d'effet que le texte suivant:

« De la même manière que la cigarette, l'alcool, la drogue ou le jeu, certains individus ont des comportements addictifs avec Internet, et en particulier les réseaux sociaux. »



**1/2 milliard
d'utilisateurs**

Si l'on tient à insister sur le nombre d'utilisateurs de Facebook, cette diapositive marquera plus les esprits qu'un tableau comparant le nombre d'utilisateurs des sites Web 2.0. Pour vos spectateurs, il restera « l'image » du « 1/2 milliard » écrit en gros.



**Tweeter, c'est chuchoter
pour le monde entier**

Avec un simple changement de taille de police et de couleur, on crée également une « image » qui, associée à la phrase efficace et accrocheuse, sera d'une grande efficacité auprès de votre public.

Astuce

Regardez en ligne les présentations proposées par Steve Jobs, le PDG d'Apple. Elles étaient un modèle du genre.

Pour vous entraîner

- En groupe

Vous êtes un explorateur faisant le récit de son dernier voyage. Les autres membres du groupe « miment » les photos avant que vous ne les commentiez. Il est amusant de détourner ce qui est proposé par vos partenaires. S'ils sont à genoux dans un geste de prière, vous pouvez dire : « J'ai assisté aux Jeux olympiques locaux avec la fameuse épreuve du plongeur à genoux et la victoire du numéro 2 Evariste Foulon que vous voyez en arrière-plan. »

Limiter les animations

Ne gardez que celles qui ont un sens. Mettez à la poubelle toutes les tentations cosmétiques qui ne serviront qu'à détourner l'attention de vos spectateurs.

Comment reconnaître une animation qui a un sens ?

Il y a tout d'abord celles que vous pouvez mettre en boucle avant que votre intervention ne commence, de manière à préparer votre arrivée et à faire entrer votre public dans votre exposé en douceur.

Il y a ensuite celles qui vous permettent d'afficher certains éléments les uns après les autres, afin de calquer votre diapositive sur votre discours. Restez sur l'apparition simple.

Il y a enfin celles qui sont justifiées dans le cours de votre démonstration. À vous de les choisir avec parcimonie. Elles sont essentiellement liées à des notions de mouvement dans votre discours : une fusion, un changement d'objectif, un recrutement massif...

Procéder à des coupes franches

Reprenez votre dernier PowerPoint et regardez ce que vous auriez pu supprimer.

Il y a tout d'abord, nous l'avons vu, tout ce qui est déjà dans votre discours oral et qui n'a pas sa place sur vos diapos.

Il y a ensuite tout ce qui ne sert pas à la compréhension du message. On trouvera souvent ces « débordements » sur les graphiques, les schémas ou les tableaux. Gommez ce que personne ne retiendra et qui n'est pas directement lié à votre démonstration. Ne péchez pas par excès de zèle !

Il y a également ce dont vous êtes très fier et que vous voulez absolument montrer. C'est souvent quelque chose que vous aviez déjà placé dans une autre présentation, ou que vous avez créé avant même de réfléchir à la composition de votre PowerPoint. Et c'est à votre sens très réussi : vous trouvez ça beau. Vous réalisez que ce n'est peut-être pas exactement pertinent pour votre propos, que vous n'aurez pas grand-chose à dire dessus dans le contexte de votre présentation. Mais vous trouvez ça tellement dommage de ne pas le partager que vous êtes prêt à le mettre quand même. Résistez à cette tentation, c'est de l'orgueil. Mettez-vous à la place du public et si vous avez le moindre doute, supprimez cette œuvre personnelle qui trouvera certainement sa place ailleurs.

Il y a enfin les petits détails esthétiques, ce qui fait du bruit dans votre diapositive et qui est totalement superflu : le logo de votre entreprise sur chaque page, un fil de tableau trop épais, une photographie présente en filigrane dans chacun des fonds de vos diapos ou en fond de vos graphiques et camemberts... Pensez toujours « sobriété ».



Beaucoup d'éléments de cette diapositive détournent l'attention du spectateur de ce qui est réellement important, à savoir l'évolution du nombre d'utilisateurs de Facebook. Ces éléments sont : le logo de l'entreprise, le numéro de diapositive, toutes les lignes horizontales, et le logo de Facebook en filigrane.

Si malgré ces coupes, une diapositive apparaît toujours comme trop chargée, il faut la répartir sur deux ou plus. Votre discours n'en sera que plus limpide.

Créer son diaporama

Il est tentant de voir la création d'une présentation avec un support visuel comme un processus linéaire en trois temps qui se ferait de la façon suivante :

- réflexion préalable, accumulation d'idées...
- création du discours ;
- création du PowerPoint.

Dans une telle optique, on travaillerait d'abord sur le contenu oral de son intervention, on lancerait ensuite PowerPoint ou un logiciel équivalent et on créerait ses diapos à la volée, en suivant son plan et en posant ses éléments les uns après les autres. C'est une erreur.

Un processus itératif et incrémental

Il faut voir l'élaboration d'une présentation avec PowerPoint comme un processus itératif et incrémental.

Itératif, parce qu'après avoir collecté un maximum d'idées et défini votre message principal, vous allez passer successivement de l'écriture à la conception visuelle et de la conception visuelle à l'écriture, en alternance.

Incrémental parce qu'à chaque fois que vous passerez de l'un à l'autre, vous affinerez, vous complèterez, bref vous améliorerez.

Votre discours et votre diaporama sont comme le cœur et les poumons : le cœur alimente les poumons en sang et les poumons alimentent le cœur en oxygène. Ils sont indissociables et nécessaires à la vie.

Vous allez donc créer un ensemble où le diaporama et le discours se complètent, où vos spectateurs vont vivre une expérience à la fois auditive et visuelle et où leur attention sera soutenue en permanence par un spectacle élaboré.

Notez que quand je parle de « conception visuelle », il ne s'agit certainement pas de se jeter directement sur PowerPoint ! Cela vous empêcherait d'avoir une vue d'ensemble et une unité visuelle, et vous obligerait à vous perdre immédiatement dans un niveau de détail qui ne sied pas à ce stade de réflexion.

Il s'agit plutôt de mener la réflexion avec les outils que vous préférez : certains s'armeront d'un crayon et d'un papier et commenceront à dessiner. D'autres ouvriront un document où ils écriront la description de ce qu'ils imaginent sur chaque diapositive, etc.

Cette étape de création visuelle influencera donc votre discours qui, à son tour, amènera de nouvelles idées visuelles, etc. Jusqu'à ce que vous soyez satisfait de la manière dont votre message est transmis.

La ligne de conduite

Il est important que vous fassiez en sorte que vos diapositives aient une unité visuelle afin de conférer une impression d'homogénéité, de distraire le moins possible vos spectateurs de votre message et de rendre le tout cohérent donc percutant. À ce titre, vous définirez une ligne de conduite qui sera constante tout au long de votre diaporama et qui définira l'identité visuelle de celui-ci. Elle devra prendre en compte les éléments suivants :

Le fond

Il est préférable qu'il reste de la même couleur tout au long de votre diaporama. Si ce n'est pas le cas, il faut que ce soit justifié. Un fond monochrome est souvent préféré. Vous pouvez y ajouter une touche personnelle, mais il ne faut rien de distrayant. Un dégradé éventuellement, mais surtout pas d'image en filigrane. Vous pouvez également faire comme Garr Reynolds¹⁴ et préférer proposer une photo en plein écran, différente et signifiante sur chaque diapositive. Il ne s'agit dans ce cas plus d'un fond, mais d'un élément parmi d'autres. Évitez les en-têtes et pieds de page. On y trouve en général le logo de l'entreprise, le numéro de diapositive, votre nom, etc. Ils polluent votre message et n'apportent rien. Souvent, votre organisation vous les impose dans un « masque » que vous devez utiliser. Malheureusement vous ne pouvez rien y faire... à part contourner malicieusement le problème en proposant justement une photo en plein écran. Elle cache l'entête et le pied de page ? Vraiment pas de chance !

Les couleurs

Faites en sorte que les couleurs des textes, des illustrations, des graphiques et du fond soient en harmonie et suffisamment contrastées. Choisissez-en jusqu'à cinq et tenez-vous y tout le long du diaporama.

Les textes

Il existe deux types de police : celles avec empattements (serif), comme Times New Roman, et celles sans empattements (sans serif), comme Arial et Helvetica. On utilise plus volontiers des polices avec empattements pour les textes assez longs. Il est donc préférable que vous vous cantonniez aux polices sans empattements. Restez à distance des polices fantaisistes ou vues dix mille fois

14. Garr Reynolds, *Présentation Zen*, Campus Press.

telles que « Comic Sans MS ». Évitez les soulignages et préférez-leur l'italique ou le gras pour la mise en valeur.

Enfin, assurez-vous de ne pas écrire trop petit. Guy Kawasaki¹⁵ conseille d'utiliser une taille de trente points au minimum.

Astuce

Guy Kawasaki estime que pour choisir la taille de sa police, il faut prendre l'âge de la plus ancienne personne dans l'assistance et le diviser par deux !

Les images

Veillez à l'homogénéité des photographies. Il faut qu'on ait le sentiment qu'elles ont toutes été prises par le même photographe. Au besoin, pourquoi pas, prenez des photos vous-même !

Même remarque en ce qui concerne les illustrations. Tenez-vous éloignés des cliparts qui ont été vus et revus et qui ne font absolument pas professionnel.

Astuce

Œuvrez pour que votre entreprise mette en place une banque d'images relatives à votre domaine. Chacun pourra y puiser pour ses propres présentations.

Les graphiques, camemberts, etc.

Là encore, privilégiez la simplicité et l'efficacité. Ne montrez que les données pertinentes et faites ressortir les valeurs qui en valent la peine. Conservez une homogénéité entre les différents graphiques que vous produirez et utilisez la palette de couleurs que vous vous êtes fixée. Gardez à l'esprit que pour beaucoup une absence d'unité équivaut à un texte truffé de fautes d'orthographe : on se focalise dessus et l'attention n'est plus portée sur le message.

Si la tâche vous paraît trop ardue, utilisez les services d'un illustrateur professionnel. Peut-être aurez-vous à réfréner ses élans, tant la tentation de créer pour créer peut être grande chez certains.

Le placement des éléments

On cherche souvent à proposer des compositions symétriques par rapport à un axe vertical et centrées sur la diapositive.

15. Guy Kawasaki, *L'art de se lancer*, Diatino éditions.

Garr Reynolds propose d'appliquer aux diapositives la règle des tiers qui régit la composition photographique. Il s'agit de placer deux lignes horizontales et deux lignes verticales à un tiers du bord et de placer les éléments importants sur ces lignes, voire à l'intersection de deux lignes. C'est une bonne idée qui permet de casser la monotonie des diapos symétriques et de participer à un ensemble harmonieux.



***En photographie, la règle des tiers permet de créer un ensemble harmonieux.
Essayez avec vos diapos !***

Il faut également que vous réfléchissiez au placement des éléments en fonction du sens de lecture : de haut en bas et de gauche vers la droite. Cet ordre sera modifié si certains éléments de par leur taille ou leur mise en valeur apparaissent comme plus importants. Si des personnages apparaissent sur vos photos, il vaut toujours mieux qu'ils regardent vers le message écrit.

Ensuite, laissez des espaces vides. On trouve trop de présentations où les diapositives sont si denses qu'elles donnent envie de détourner la tête. Les espaces vides permettent à votre spectateur de ne pas être noyé sous l'information, ils sont une respiration dans votre diapositive de la même manière que les silences dans votre discours oral.

Enfin, n'oubliez jamais que tous vos éléments doivent être liés les uns aux autres pour conférer à l'ensemble une unité. Si un élément ou un groupe d'éléments est séparé du reste, il mérite une autre diapositive. Une seule idée par diapositive !

À retenir

- PowerPoint est conçu de manière à vous faire faire des erreurs grossières sur le plan de la communication. Ne tombez pas dans les pièges.
- N'utilisez pas PowerPoint comme un prompteur. N'utilisez pas PowerPoint pour en faire un document à distribuer. Il ne faut pas que votre PowerPoint reprenne votre discours. N'utilisez pas ou très peu de listes à puces.
- Proposez des tableaux et graphiques très synthétiques sans aucune donnée inutile.
- N'abusez pas des animations.
- Utilisez le visuel pour procurer des émotions à votre auditoire. Ce que vous dites et ce que vous montrez sont complémentaires.
- Conférez une unité visuelle à vos diapositives.
- Cassez la symétrie de vos diapositives et ne négligez pas les espaces vides.
- Les éléments d'une diapositive doivent être liés les uns aux autres.

Chapitre 7

Soyez comédien

Parce que vous êtes en train de donner un spectacle

« Extraordinaire ! Nous ne nous sommes pas ennuyés une seconde ! »

On définit souvent le spectacle vivant comme l'addition de quatre éléments : un temps, un lieu, une action et surtout un public.

La prise de parole en public répond à ces quatre éléments. Que vous ne vous sentiez absolument pas artiste, c'est possible, mais vous allez cependant devoir donner un spectacle et être à la fois l'auteur, le metteur en scène et le comédien de ce spectacle. Vous allez découvrir qu'être artiste n'est pas un don que l'on a ou pas, mais que c'est un état de fait, par le simple acte de monter sur scène et de partager avec son public.

Vous avez certainement vécu en tant que spectateur ce frisson, cette émotion qui vous parcourt lorsqu'une performance vous touche particulièrement.

Si vous avez une expérience de la scène, vous avez peut-être vécu ce moment où tout semble couler de source, où tout est facile, où vous avez le sentiment d'être en communion parfaite avec tout ce qui vous entoure : le public, vos partenaires, la salle, les lumières, tout, absolument tout. C'est l'état de grâce qu'on appelle également le « flow ». Il est rare et il faut savoir en profiter.

Votre travail de comédien sur la prise de parole va consister à réussir à trouver ce plaisir partagé entre l'orateur et le public, de manière à former un ensemble gracieux et harmonieux.

Le terme comédien est à prendre au sens large, car dans le domaine de la communication il y a beaucoup à apprendre de nombreuses disciplines : le théâtre traditionnel, l'improvisation théâtrale, le *one-man show*, le *stand-up*, le clown, le chant...

De l'improvisation théâtrale à la prise de parole

L'improvisation théâtrale est une discipline où les comédiens, contrairement au théâtre, n'ont pas de texte, pas de mise en scène, pas de direction d'acteur mais créent tout de même pour le public une histoire à la volée, souvent à partir d'un sujet ou d'un style imposé, ou encore en suivant un schéma imposé.

Le comédien d'improvisation ressent une excitation au contact du « sans filet » et les réactions positives du public sont sa récompense. S'il veut exceller, il est nécessaire qu'il se donne à fond dans sa discipline. S'il veut être reconnu, apprécié, il n'a pas le droit aux approximations, au manque d'engagement, à la distance et à la désinvolture.

Lorsqu'il n'est pas en jeu, il est toujours sur le qui-vive, prêt à apporter sa pierre à l'histoire qui se construit devant ses yeux.

Lorsqu'il s'entraîne, il doit être en permanence attentif, engagé et en communication avec le groupe.

Beaucoup d'improvisateurs se sont cassé les dents sur leurs premiers spectacles parce qu'ils n'étaient pas suffisamment prêts, pas suffisamment investis ou encore trop inhibés pour laisser faire le lâcher-prise que nécessite l'improvisation théâtrale. À ceux-là est répétée inlassablement cette phrase dont personne ne connaît l'auteur mais qui est infiniment vraie : « Improviser, ça ne s'improvise pas ».

De la même manière, prendre la parole en public ça ne s'improvise pas.

Petite histoire de l'improvisation théâtrale

Christophe Tournier, dans son excellent ouvrage *Manuel d'improvisation théâtrale*¹⁶, nous donne les grandes étapes de cette discipline. Je les résume ci-dessous.

Elle trouve ses sources dans la commedia dell'arte au XVI^e siècle où des personnages prédéfinis et masqués (Pantalon, Arlequin...) improvisent autour d'un canevas puis au XVII^e siècle chez Molière, au XVIII^e siècle chez Marivaux, Goldoni... Elle tombe ensuite peu à peu dans l'oubli avant de renaître à la fin du XIX^e siècle sous d'autres formes.

C'est Constantin Stanislavski qui en 1889 commence à utiliser l'improvisation théâtrale comme outil pour le comédien. Son ancien élève et disciple, Michael Chekhov, l'utilise également dans l'école qu'il dirige. Puis vient l'Actor's Studio, qui utilise les mêmes bases et forme les plus grands acteurs américains.

En France, Louis Jouvet et Charles Dullin en font un précieux outil de travail.

L'improvisation en ce début de XX^e siècle « *est désormais un outil d'exploration théâtrale incontournable* » nous dit Christophe Tournier.

Puis vient l'improvisation en tant que spectacle et art pur.

Aujourd'hui, des spectacles d'improvisation sont joués chaque jour à travers le monde : des matches d'improvisation, des formats longs, des formats courts, des cabarets... L'improvisation anglophone et l'improvisation francophone sont deux univers qui restent très hermétiques. Cependant, Christophe Tournier estime pour conclure que « *les principes de l'impro sont universels* » et ce depuis la commedia dell'arte jusqu'à aujourd'hui.

Ayant pratiqué la discipline des deux côtés de l'Atlantique, je le rejoins parfaitement sur ce point. Et devinez quoi ? La plupart s'appliquent également à la prise de parole en public.

Les grands principes de l'improvisation théâtrale

Christophe Tournier développe son premier chapitre autour des dix principes de l'improvisation. Il estime que ces principes, au-delà de l'improvisation, peuvent s'appliquer de manière générale dans la vie de tous les jours. *A fortiori*, voyons comment ils peuvent s'appliquer à la prise de parole.

16. Christophe Tournier, Manuel d'improvisation théâtrale, De L'eau vive éditions.

Accepte !

Dans une improvisation, il faut toujours accepter ce que propose votre partenaire. Ne pas dire « Non ». Mais ce n'est pas tout, il faut surenchérir, amener une autre proposition pour construire ensemble : « Oui, et... ».

Lorsqu'on vous propose de prendre la parole sur un sujet que vous maîtrisez, acceptez ! Et apportez ensuite vos propres propositions pour que cette prise de parole se passe le mieux possible. Acceptez également les remarques à l'issue de votre prise de parole.

Écoute !

L'improvisateur doit toujours être sur le qui-vive et être à l'écoute de ses partenaires et de ce qui se passe autour de lui afin que rien ne se perde ou soit ignoré.

L'écoute est un des principes de base de la communication. Écouter, c'est échanger : prendre et puis donner. C'est avec votre public que vous échangerez au cours de votre intervention. Vous serez à l'écoute de ses attentes, de ses réactions, vous vérifierez qu'ils vous ont bien compris... Vous êtes là pour partager, et la communication se fait dans les deux sens. Lorsqu'ils vous poseront des questions, vous ne leur couperez pas la parole et vous répondrez précisément.

Percute !

Pour l'improvisateur, il s'agit de ne pas anticiper, d'être dans l'instant présent, prêt à réagir. Il s'agit d'accepter de prendre des risques en étant spontané, sans *a priori*.

Pour celui ou celle qui prend la parole en public, il s'agira d'exister dans l'instant présent et de s'y investir même si le discours a été répété ou donné devant un public des dizaines de fois. Ne soyez jamais indifférent. Il faut avoir le désir, la volonté, l'énergie de se renouveler à chaque fois, sans répit. On ne peut avancer qu'en prenant des risques. Si votre présentation est très bien rodée, n'hésitez pas à improviser de temps en temps : vous paraîtrez ainsi toujours spontané, et cela vous permettra de l'améliorer peu à peu en intégrant de façon durable les changements qui ont fonctionné auprès du public.

Anime !

L'improvisateur doit avoir un réel engagement physique à tout instant. Il n'est certainement pas qu'une machine à produire du texte.

On l'oublie facilement, mais la prise de parole est également un engagement physique. Le corps, la gestuelle, les déplacements sont là pour accompagner le discours. Les silences également. Avoir un réel engagement physique c'est également ne pas se reposer sur son PowerPoint et avoir conscience qu'il n'est là que pour servir d'apport visuel à votre discours oral.

Construis !

L'improvisateur doit faire avancer l'histoire tout en restant simple et précis. Faire avancer l'histoire consiste à créer les fameuses ruptures dont nous avons parlé dans un chapitre précédent et conserver la crédibilité de l'ensemble.

Pour la prise de parole, il s'agira de construire son discours de manière cohérente, synthétique et précise.

Joue le jeu !

L'improvisateur fait partie d'un groupe. Au sein de ce groupe, chacun est là pour soutenir, valoriser et ne jamais ridiculiser l'autre. La confiance et la courtoisie sont les règles à observer.

Lorsque vous suivez un stage en groupe de préparation à la prise de parole, vous êtes également là pour soutenir et valoriser les autres, comme eux doivent le faire pour vous. Vos remarques seront toujours constructives et jamais blessantes. Vous participerez mais ne tirerez jamais la couverture à vous.

Prépare !

L'improvisation est un spectacle. Au même titre que tous les spectacles il nécessite une préparation rigoureuse, de l'entraînement et de l'échauffement. Il n'est pas question de se présenter sur scène en dilettante.

En ce qui concerne la prise de parole, nous l'avons vu, la préparation et l'entraînement sont essentiels et constituent la clé d'une intervention libérée d'un trac paralysant.

Innove !

L'improvisateur se doit d'être spontané et de laisser faire son imagination. Pour cela, il est important de trouver les mécanismes qui vont libérer cette imagination. Il doit également être agile mentalement.

De la même manière, celui qui doit prendre la parole en public doit faire marcher son imagination s'il veut sortir du lot des orateurs médiocres. Le public le remerciera d'avoir fait les efforts nécessaires à la découverte d'un chemin unique vers le partage de son sujet et de son point de vue.

Amuse-toi !

L'amusement, la joie, le plaisir sont contagieux. Si les improvisateurs les éprouvent, le public sera contaminé. L'improvisateur doit être passionné et libre.

Évidemment, votre public aura envie de vous voir passionné par votre sujet, nous l'avons abondamment traité dans un chapitre précédent. Sinon, il vous trouvera ennuyeux et se demandera ce que vous êtes venu faire là. Et eux avec.

Ose !

L'improvisateur, s'il souhaite progresser, doit continuer à prendre des risques calculés tout au long de sa carrière. Il doit explorer, se remettre en cause et rebondir.

En prise de parole en public, il est également important d'apprendre de chaque intervention, d'oser de nouvelles choses, de se fixer des défis... vous aurez toujours une marge de progression et vous passerez par des paliers successifs.

L'attitude

Mick Napier, dans son ouvrage *Improvise : Scene from the Inside Out*¹⁷ (non traduit en français) définit les bonnes habitudes à adopter en spectacle d'improvisation. Il part de la situation où on débute une improvisation avec un partenaire qui est dans la même situation que nous et avec qui on ne s'est pas concerté.

Faisons le parallèle avec la prise de parole en public. Ici le partenaire est le public.

Napier conseille aux improvisateurs de :

Faire quelque chose

N'importe quoi. Quelque chose pour ne pas prendre le temps de réfléchir, pour ne pas avoir le temps d'avoir peur et du coup « être dans sa tête », ce qui est un des plus grands dangers pour un improvisateur. Réfléchir est l'occasion pour l'improvisateur de ne rien faire et de finir par faire un mauvais choix. Un public qui regarde un improvisateur qui ne fait rien s'ennuie.

Ce qu'il faut en retenir pour la prise de parole, c'est surtout le « faire quelque chose pour ne pas avoir le temps d'avoir peur ». Le trac paralysant, nous l'avons vu, provient d'un manque d'entraînement et de pratique. Mais vous

17. Mick Napier, *Improvise : Scene from the Inside Out*, Heinemann Library.

vous débarrasserez également de celui-ci en entrant immédiatement dans le vif du sujet, en faisant quelque chose. Le « quelque chose » pour celui qui prend la parole en public, c'est bien entendu de faire son entrée avec dynamisme et enthousiasme, de sourire, de regarder le public et de commencer à parler. Reposez-vous sur ces éléments immuables pour vous débarrasser de ce trac avec une entrée en matière réussie.

Napier conseille également de d'abord prendre soin de soi avant d'entrer en contact avec son partenaire. Parce que c'est d'abord en prenant soin de soi que l'improvisateur prendra la source de son énergie pour prendre soin de l'autre et de l'histoire.

De la même manière, juste avant d'entrer sur scène et au moment où vous vous mettez en condition pour sourire, vous n'êtes pas encore en contact avec le public. Vous êtes avec vous-même. Vous prenez soin de vous pour être prêt à prendre soin de votre public. Ce n'est pas égoïste, c'est nécessaire à l'établissement de la communication sur de bonnes bases.

Enfin Napier demande à l'improvisateur de choisir de manière arbitraire ce qui le fera « marcher » au cours de l'improvisation. Ça peut être n'importe quoi : le personnage montera le ton sur chaque fin de phrase, ou bien est jaloux de tout et de tout le monde, etc.

Vous devez vous aussi choisir ce qui vous fera « marcher » au cours de votre intervention. Et ce sera l'enthousiasme et la passion. Faites ce choix. Faites-le consciemment et n'y dérogez pas. Faites également le choix conscient d'avoir l'air sûr de vous, en confiance, et ce quoi qu'il advienne. Cela vous aidera si vous êtes destabilisé.

Réaliser ce qu'on vient de faire

Napier estime que beaucoup d'improvisateurs vont faire quelque chose de très signifiant au début de leur improvisation mais, oubliant de réaliser ce qu'ils viennent juste de faire, ils n'en déduisent pas ce qui les fera « marcher ». Et ils laissent tomber. Il insiste sur le fait de ne pas se demander pourquoi ils ont fait telle ou telle chose, mais bien ce qu'ils ont fait et comment ils l'ont fait.

En tant qu'orateur, si vous êtes bien entré sur scène en souriant, avec dynamisme, enthousiasme, confiance et passion, prenez le temps de réaliser ce que vous venez de faire. Imprégnez-vous de ce que vous venez de créer et choisissez d'en faire votre feuille de route pour le reste de l'intervention.

Se tenir à ce qu'on a fait

Napier insiste sur le fait qu'il faut pendant toute l'improvisation s'en tenir à ce qu'on a proposé au début, le développer, en être possédé.

Certains improvisateurs ne le font pas parce qu'ils sont trop « polis » avec leur partenaire et ont l'impression que s'ils s'en tiennent à ce qu'ils ont ébauché, ils risquent d'empêcher leur partenaire de faire de même. Napier pense que c'est de la faiblesse et que c'est si chacun conserve son point de vue qu'une belle histoire peut se créer.

D'autres se laissent rejoindre par la peur et « annulent » ce qu'ils viennent de créer.

D'autres enfin pensent qu'ils en ont fait assez dans la présentation du personnage et qu'il est temps de passer à autre chose.

De la même manière qu'en improvisation, continuez sur la voie que vous avez empruntée. Même si vous avez l'impression que le public n'entre pas immédiatement dans votre humeur, même si vous avez de nouveau l'impression d'être envahi par le trac, même si vous vous dites que vous avez montré suffisamment d'enthousiasme pour continuer. Sourire, enthousiasme, dynamisme, confiance, passion ! Toujours.

Napier nous fait ensuite prendre conscience des problèmes courants que rencontrent les improvisateurs. Ici aussi, le parallèle avec la prise de parole en public est pertinent.

Trop d'exposition

Napier vise ici les improvisateurs qui, de manière totalement artificielle, vont annoncer ce qui se passe dans la scène, au lieu de le distiller de manière élégante.

En prise de parole en public, il est toujours mieux de commencer son intervention avec quelque chose qui va accrocher immédiatement le public (avec une anecdote, une annonce choc, etc. comme vu dans un chapitre précédent), plutôt que d'annoncer de manière très scolaire ce dont nous allons parler : « Je vais vous parler de l'obésité en France. Nous allons dans un premier temps nous attacher aux causes de cette obésité, puis nous en verrons les conséquences sur la santé. Enfin nous nous attacherons à énumérer les moyens de lutter contre elle ». Vous aurez le temps d'annoncer votre plan de manière succincte et dynamique ensuite.

Trop de paroles

Certains improvisateurs vont continuer à parler, parler, parler jusqu'à ce qu'ils tombent sur quelque chose qui fonctionne et qui va leur permettre, à leur sens, d'entrer dans l'histoire. Napier leur conseille de se forcer à prononcer des phrases courtes et à attendre que leur partenaire réponde avant d'en démarrer une autre.

Nous l'avons vu, la prise de parole nécessite elle aussi d'être synthétique, de ne pas distiller plus d'une idée par phrase, de ne surtout pas se perdre en digressions et d'être à l'écoute des réactions du public.

La justification

Il s'agit du moment où un improvisateur, après avoir initié quelque chose explique pourquoi il l'a fait. En général, un tel improvisateur agit par peur. Il a besoin de trouver une logique à ce qui se passe plutôt que de laisser se créer l'improvisation.

On va trouver des justifications dans la prise de parole en public lorsqu'un orateur, par peur d'être jugé et pour anticiper les critiques qu'il pense devoir subir, explique à l'avance pourquoi il va rater sa prestation : « Je suis désolé, je suis pas très habitué à parler devant autant de monde » ou « Excusez-moi par avance, je n'ai pas eu le temps de préparer », etc. Ne faites jamais ça ! En vous montrant peu assuré, vous vous exposez à des « c'était pas si mal » et des « tu t'en es à peu près bien tiré ». Il n'y a rien de pire qu'une telle compassion. Si vous commencez en disant que vous allez être mauvais, votre public vous trouvera mauvais. Ou « pas si mauvais »... ce qui n'est pas mieux.

Le changement de point de vue

L'improvisateur qui change de point de vue, c'est celui qui ne se tient pas à ce qu'il a fait. Parce que si ce qu'il a proposé ne marche pas immédiatement comme il le souhaitait, il est tentant d'aborder les choses d'une autre manière et d'abandonner ce qu'on a déjà proposé. C'est une mauvaise solution. Parce qu'en improvisation, ce qui a été défini comme vrai doit le rester.

En prise de parole, nous l'avons vu, votre intervention vise à faire une démonstration afin de convaincre votre public de votre message principal. Il faut évidemment que cette démonstration soit limpide et aille droit au but. Pas de place pour les digressions, les propositions qui n'apportent rien à votre démonstration... Tout ce que vous dites a un seul but : servir votre démonstration.

Le comédien

... ou bien l'acteur ?

Difficile de savoir quelle est la différence entre un comédien et un acteur. Les discussions que l'on trouve sur le Web sur le sujet sont sans fin, mais les contributeurs de Wikipédia semblent être arrivés à un consensus pour dire que la différence est... qu'il n'y en a plus. On utiliserait plus souvent le mot acteur pour le cinéma.

Louis Jovet en a fait une version très personnelle, pertinente pour ce qui nous préoccupe mais fautive du point de vue de la langue. Voici ce qu'il écrivait : « *L'acteur ne peut jouer que certains rôles ; il déforme les autres selon sa personnalité. Le comédien, lui, peut jouer tous les rôles. L'acteur habite un personnage, le comédien est habité par lui* ».

Tout ça pour vous rassurer : je ne vais pas vous demander d'être habité par un personnage, de réaliser un travail profond de comédien, de vous intéresser aux grands maîtres à penser qui ont forgé la conception du comédien telle qu'elle est abordée aujourd'hui. Mais nous allons plutôt voir ensemble comment vous pouvez être acteur au sens de Jovet et habiter votre personnage d'orateur. Je continuerai cependant à utiliser le terme de comédien qui pour moi est plus représentatif de quelqu'un qui monte sur scène pour donner un spectacle.

Le personnage

Céline, professeur en lycée professionnel et Claire, qui est journaliste et malade de la timidité, nous racontent à peu près la même histoire. Pour prendre la parole, elles entrent dans la peau d'un personnage, elles mettent un « masque » par nécessité de se protéger : l'une des conditions difficiles dans lesquelles elle doit évoluer (violence, insultes ou indifférence assumée), l'autre de sa peur panique du contact avec les autres. Et pour elles ça fonctionne ! Elles prennent ainsi de la distance avec la situation et dédramatisent l'événement.

La question que vous vous posez tout naturellement est donc la suivante : est-ce que vous devez être vous-même en scène ou bien est-ce que vous devez jouer un personnage ?

Les deux.

En fait, il faut bien réaliser que par le simple acte de monter sur scène, on accepte que le regard de l'autre sur nous change. Et par ce changement de regard et cette situation particulière, on est soi-même changé.

Votre corps et votre visage sont le point de convergence de tous les regards. La lumière vous éblouit sans doute un peu. D'un coup, vous devez seul faire le poids face à un groupe. Vous saisissez l'effort vocal à réaliser. Votre micro vous encombre. Vous devez faire attention à vos diapos... Bref, vous avez le sentiment d'être en situation de danger. Vous avez deux solutions : fuir ou affronter.

Il n'est pas question de fuir.

Il faut affronter la situation. Mais il faut se protéger.

Toute la difficulté va donc résider dans le fait de rester naturel en adaptant votre comportement à cette nouvelle situation.

Nous l'avons vu, vous devez vous adresser à votre public comme s'il s'agissait d'une seule personne, afin que chacun se sente concerné. La nuance réside dans le « comme si ». Parce qu'en fait ils sont douze ou deux cents ou cinq mille. Le comédien qui joue Hamlet fait « comme si » il se posait seul la question d'être ou de ne pas être. Muriel Robin fait « comme si » elle était au restaurant et devait trouver une solution pour répartir l'addition entre l'ensemble des gens attablés. Julien Lepers faisait « comme si » il entrait dans votre salon pour vous parler directement. Accessoirement il faisait « comme si » un quatre à la suite le mettait dans un état d'allégresse incommensurable. D'une manière ou d'une autre ils jouent tous la comédie. Ils sont eux, mais pas vraiment.

Alors faites comme le comédien qui joue Hamlet, comme Muriel Robin ou Julien Lepers : composez un personnage qui ne soit pas tout à fait vous.

C'est quelqu'un qui est habillé pour la circonstance. C'est quelqu'un qui parle fort, suffisamment lentement, qui fait des pauses. C'est quelqu'un qui joue avec son corps, qui sourit et qui n'a aucun geste parasite. C'est quelqu'un qui connaît parfaitement son domaine, qui n'hésite pas et qui a un point de vue. C'est quelqu'un enfin dont la ligne directrice, la « feuille de route » est l'enthousiasme et la passion.

L'écoute

L'écoute est une qualité essentielle pour le comédien.

Il y a tout d'abord l'écoute du public. Peut-être avez-vous déjà assisté à une pièce comique au cours de laquelle des comédiens peu aguerris omettaient d'attendre la fin des rires avant de reprendre leur réplique. Résultat, cela semait la confusion et gênait le bon déroulement de la scène. Le comédien sent la salle, et agit en conséquence. Une salle est homogène : certaines rient plus, d'autres sont plus attentives... Il y a un effet de groupe qui crée une unité.

Le travail du clown est extraordinaire sur ce point. Le clown doit être attentif à tout ce qui se passe autour de lui et réagir en conséquence, sans *a priori*, comme s'il redécouvrait à chaque fois. Comme un bébé.

Il y a ensuite l'écoute de son ou ses partenaires. Tout d'abord celui ou ceux auxquels on s'adresse bien entendu. Le comédien apprend à vraiment écouter ce qui se dit sur scène, à être dans l'action, le moment et l'émotion présents et non pas dans la répétition en mode robot. Il apprend également à exister sur scène même lorsqu'il n'intervient pas. Il apprend à « être » encore plus qu'à « jouer ».

Lorsque vous prenez la parole, ceux qui vous écoutent et vous regardent sont à la fois public et partenaire. Comme dans le *stand up* (rappelons-le, il s'agit de ce genre particulier de *one-man show* dans lequel l'artiste s'adresse directement au public sans interpréter de personnage). C'est pourquoi les spectacles de certains comédiens de *stand up* sont de véritables leçons de prise de parole en public.

Vous devez percevoir leurs réactions pour vous y adapter en permanence. Vous devez créer l'échange avec eux parce qu'ils sont vos partenaires de jeu et que chacun se nourrit de ce que son partenaire lui apporte.

Julie, une chercheuse en économie, nous raconte comment, alors qu'elle faisait une présentation de ses recherches devant les membres de son laboratoire, elle a interrogé son auditoire sur la nécessité d'expliquer un point qui, à son sens, était connu de tous. L'un de ceux-ci répondit catégoriquement « non » et Julie est passée au point suivant sans se poser plus de questions. Ce n'est qu'*a posteriori* qu'elle a réalisé que la moitié de l'assistance aurait apprécié de se faire rafraîchir la mémoire. Elle n'avait pas été assez à l'écoute de son public.

Il y a enfin l'écoute de soi, de ses sensations, de sa position dans l'espace, de sa relation à l'environnement. Être à l'écoute de soi, c'est avoir un petit processus qui tourne dans la tête et qui se demande à chaque instant si on est toujours en accord avec ce qu'on voudrait présenter : si sa voix est toujours assez forte, si sa position dans l'espace correspond à ce qui avait été répété, si l'émotion est présente, si l'on est toujours attentif à la motivation de son personnage...

En prise de parole, c'est la même chose. Soyez à l'écoute de ce qui se passe pour vous quand vous vous adressez à votre public. Vous réussirez ainsi à supprimer les tics de langage et les gestes parasites et vous acquerrerez une meilleure maîtrise de vos « outils » : votre corps, votre regard et votre voix.

Pour vous entraîner

- En groupe

Mettez-vous en cercle avec les autres membres du groupe. Fermez, tous, les yeux. Vous allez devoir ensemble compter jusqu'à 20. Quelqu'un, n'importe qui, dit spontanément « un ». Quelqu'un d'autre, toujours n'importe qui, dit « deux ». Et ainsi de suite. Si deux personnes parlent en même temps, on recommence à 1.

Les ruptures

Au théâtre, une des préoccupations principales du metteur en scène est de conserver le rythme. Attention, « rythme » ne signifie pas rapidité, précipitation mais plutôt faire en sorte de conserver l'attention de votre auditoire sur la durée en incitant les comédiens à des ruptures de ton, de débit, de volume... voire des respirations musicales, des déplacements, etc. Très exigeant, le public a besoin d'être constamment surpris, relancé, réveillé pour être conquis sur la durée. Notez bien que les ruptures doivent toujours avoir une raison d'être et ne pas être « gratuites ».

C'est évidemment la même chose pour une prise de parole en public : votre public est lui aussi exigeant et demande à être emmené, accompagné.

Fabrice Luchini est passé maître dans l'art de la rupture lorsqu'il présente ses spectacles seul en scène, ou même lors d'un passage télévisé. C'est ce qui rend ses prestations si uniques et captivantes.

Voici un exemple qui vous fera sans doute mieux comprendre ce dont il s'agit, toujours dans le cadre d'une conférence sur le Web 2.0, avec un passage consacré à Twitter : « Lorsque l'on souhaite faire la promotion de son activité, il est très important de tweeter (*rupture de volume : chuchotant, comme pour dire un secret*) Pour tout vous avouer, la seule fois où j'ai tweeté c'était pour dire : « Je suis en train de tester Twitter ». (*volume normal*) Bref, dans la vie, vous pouvez essayer de dire un maximum de choses en dix secondes : (*rupture de débit : très vite*) « Hier je suis allé acheter une paire de chaussures, comme le 42 taillait un peu grand, j'ai pris du 41, ça avait l'air de m'aller, aujourd'hui je les porte, résultat j'ai un mal de chien aux pieds, j'ai des ampoules horribles, je souffre le martyr, je pense que je vais les rendre mais le problème c'est que j'ai perdu le ticket ». (*vitesse normale*) Sur Twitter, c'est différent, vous êtes obligé de ne pas dépasser 140 caractères. Obligé ! Pour raconter la même histoire, il vous faudra faire preuve de synthèse (*rupture de débit : style ordinateur, machine, très haché*) « Acheté chaussures hier en 41 alors que je chausse du 42. Trop petites. Mal de chien. Je veux les rendre mais j'ai perdu le ticket. La lose ! » (*rupture d'émotion : enthousiasme appuyé*) 140 caractères exactement ! »

Souvenez-vous des discours monotones et ronflants que vous avez pu entendre ici ou là. Ne vous laissez pas piéger vous aussi et rompez cette monotonie !

Pour vous entraîner

- En groupe

Définissez quatre zones sur scène en leur affectant à chacune une émotion : la colère, la joie, la tristesse et la peur. Racontez une histoire et bougez sur scène. Quand vous entrez dans une zone donnée, vous devez adopter l'émotion correspondante.

L'imagination

Pourquoi est-ce important d'être imaginatif ?

Parce que si vous voulez être écouté, il faut être intéressant.

Si vous voulez être intéressant, il faut, nous l'avons vu, être capable d'être enthousiaste, passionné, de faire une démonstration en développant le schéma routine-interruption, d'être capable d'humour, de trouver une accroche inoubliable, un angle inhabituel, etc.

Bref, il vous faut développer une bonne dose de créativité.

Si vous voulez être créatif, vous n'avez pas d'autre choix que de faire fonctionner votre imagination.

Retour en enfance

Vous avez très certainement entendu autour de vous des gens affirmer : « Moi je n'ai aucune imagination ». Ou bien : « Je ne suis absolument pas créatif ».

L'imagination et la créativité ne sont pas des choses que l'on a ou pas. Ce sont des choses qu'on a eues et qu'on a laissées hiberner, souvent à partir de l'adolescence.

Regardez, écoutez de jeunes enfants jouer. Ils inventent des histoires extraordinaires, jouent des personnages, créent de nouveaux jeux... Puis viennent l'adolescence et le temps des choses qu'il ne convient pas de dire ou faire lorsqu'on est un adulte en devenir. Keith Johnstone relève ainsi que « *beaucoup de professeurs considèrent les enfants comme des adultes non aboutis. Peut-être l'enseignement serait-il meilleur et plus « respectueux » si nous considérions les adultes comme des enfants « atrophiés ». Beaucoup d'adultes « équilibrés » sont amers, non créatifs, peureux, sans imagination et*

plutôt froids. Plutôt que de partir du principe qu'ils sont nés comme ça, ou bien que c'est ça être un adulte, nous pourrions considérer que ce sont des gens endommagés par leur scolarité et leur éducation ».

Chacun de nous a en lui des ressources qu'il ne soupçonne pas et une imagination qui ne demande qu'à surgir à nouveau. Vous en faites l'expérience chaque fois que vous rêvez ou bien lorsque vos pensées naviguent vers des rivages inhabituels quoique sans grande cohérence au moment de vous endormir.

Le lâcher-prise

Essayez ce jeu un soir en famille ou entre amis : demandez à une personne qui prétend ne pas avoir d'imagination de s'isoler en lui expliquant que vous allez lui inventer un rêve. Il faudra qu'à son retour, en posant des questions auxquels on ne peut répondre que par « oui » ou par « non », elle devine ce qui se passe dans ce rêve.

Mais c'est un piège ! Lorsque votre « cobaye » est parti, vous expliquez aux autres personnes présentes qu'il s'agira en fait de répondre par « oui » aux questions qui finissent par une voyelle et par « non » aux questions qui finissent par une consonne. Au final, la personne aura inventé elle-même son rêve.

On constate avec délectation que les personnes qui se considèrent les moins imaginatives sont capables d'inventer des histoires absolument extravagantes.

Que doit-on en conclure ? Que si ces personnes se sentent incapables de la moindre imagination et de la moindre créativité, c'est parce que de manière plus ou moins consciente, elles s'autocensurent.

Elles s'autocensurent, nous l'avons vu, par réflexe conditionné au cours de leur éducation.

Elles s'autocensurent par peur de trop en révéler sur elles-mêmes. Elles s'autocensurent par peur d'être ridicules, inappropriées. Elles s'autocensurent par peur d'être jugées.

De la même manière, lorsque vous lisez un roman, votre imagination vous impose automatiquement des images. Si j'écris : « *Le quadragénaire aux cheveux poivre et sel, d'une élégance et d'un raffinement soigneusement travaillés, franchit la grille du parc où l'attend sa maîtresse* », vous aurez, en lisant cette phrase, formé vous-même une image très précise de la scène. Vous aurez une silhouette, un visage en tête. La grille du parc sera pour vous immense, en fer forgé et pleine de fioritures, ou bien modeste et très simple. La maîtresse du

héros sera debout ou assise, dans l'attente ou allant à sa rencontre... serons-nous en été ou en hiver ? Vous écrivez l'histoire aux côtés de l'auteur et votre imagination fonctionne à plein régime sans même que vous vous en rendiez compte...

Débloquez votre imaginaire

Lors de la préparation de votre prise de parole, il va vous falloir accepter de ne rejeter aucune idée *a priori* et de reconsidérer le sujet sous tous les angles possibles. Prenez tout, notez tout, vous ferez le tri ensuite.

Prenons l'exemple de la conférence sur le Web 2.0. Je vais essayer maintenant de proposer un maximum d'idées pour construire cette intervention en ne censurant rien (vous vous dites : « il est en train d'écrire un livre, il fait ce qu'il veut », mais non, franchement je fais l'exercice pour de vrai !) :

- mettre à jour mon statut Facebook en direct devant le public avec quelque chose qui fera nécessairement réagir mes « amis » Facebook ;
- filmer le public avec une webcam et aller sur Chatroulette ;
- faire monter des gens sur scène pour montrer les interactions des internautes sur le Web 2.0. ;
- avoir créé au préalable un site Web 2.0 qui ne sert à rien et demander aux membres du public de s'y inscrire immédiatement en utilisant leur *smartphone* ou leur ordinateur portable ;
- proposer au public de noter la conférence via une appli Web 2.0 et d'y échanger leurs remarques ;
- demander au public d'ajouter un commentaire sur Amazon pour ce livre en utilisant leur smartphone ou leur ordinateur portable ;
- présenter le Web 2.0 par rapport au Web 1.0 comme l'évolution du tricycle vers la bicyclette ;
- présenter le Web 2.0 par rapport au Web 1.0 comme l'évolution de l'homme des cavernes à Néandertal ;
- faire inventer et chanter une chanson au public, puis la poster sur YouTube ;
- montrer les interactions des membres du gouvernement sous forme Facebook ;
- demander qui est inscrit sur tel et tel site 2.0 ;
- demander une anecdote à quelqu'un sur une mésaventure et la poster sur viedemerde.fr (le site existe vraiment !).

Je viens de poser toutes ces idées seul, sans en censurer une et en dix minutes. Je n'en retiendrai peut-être que deux ou trois. Ou aucune. Mais imaginez tout ce que vous pourriez inventer en y consacrant un temps suffisant et en consultant votre entourage sur la question !

Comment retrouver cette imagination qui se refuse à remonter à la surface ? Ne ratez jamais une occasion de raconter : inventez des histoires pour vos enfants, retenez les histoires drôles pour les restituer ensuite en y ajoutant votre propre touche, écrivez, dessinez...

Enfin, un des moyens les plus efficaces pour libérer l'imagination, c'est bien entendu l'improvisation théâtrale. Cet art de l'éphémère mobilise toutes vos ressources pour raconter des histoires qui naissent sous l'œil du public et qui disparaissent une fois la salle éteinte.

Pour vous entraîner

- En groupe

Jouez à la conférence de presse. Vous êtes un expert, mais vous ne savez pas encore de quoi, et les autres membres du groupe jouent les journalistes. Vous allez devoir faire comme si vous saviez ce que vous faites alors qu'en réalité vous le découvrez au fur et à mesure des questions et de vos réponses. Répondez avec précision et spécificité. Exemple :

« Viviane Berthot, vous avez récemment signé un livre intitulé *L'art de ne rien faire*. Dites-nous en quelques mots...

- Effectivement, on sait que cet art très ancien, puisqu'il a été développé au début du V^e siècle par les civilisations pré-janciniennes, a connu un nouvel essor à partir de la deuxième moitié du XIX^e siècle avec les travaux de Lucien Couture et sa deuxième théorie de la paresse quantique.

- Alors vous avez cette phrase étonnante : « La paresse est au vélo ce que le bois est à l'astronomie. » Est-ce toujours d'actualité ?

- Non, bien sûr avec les récents événements survenus au Carolistan... »

- Etc.

Faites tomber le quatrième mur

Quatre murs ?

Dans une pièce de théâtre, les personnages s'adressent les uns aux autres et non pas au public, y compris lors d'un monologue où le personnage s'adresse à lui-même.

Certes, les regards portent vers le public et l'intention du comédien est que celui-ci l'entende et comprenne ce qui se passe sur scène. Mais le personnage, lui, ne s'adresse pas au public. Cette distinction comédien/ personnage est très importante au théâtre où le comédien doit retranscrire les motivations et émotions du personnage tout en prenant en compte le public sans lui parler directement.

On parle de quatrième mur au théâtre. Quel est-il ?

Il y a tout d'abord les trois premiers : celui du fond et les deux sur le côté. Le quatrième est celui, invisible, qui sépare la scène de la salle.

Ce mur tombe lorsque le comédien s'adresse directement au public (on trouve par exemple beaucoup d'apartés dans les pièces de Molière) ou lorsqu'il « sort » de son personnage afin de s'exprimer en tant que comédien.

Dans beaucoup de spectacles de *one-man show*, ce quatrième mur disparaît également, en particulier dans les spectacles de *stand up*.

Ce quatrième mur doit également tomber lors d'une prise de parole en public.

Pour en finir avec une certaine forme de rhétorique

La rhétorique revêt tout un tas de définitions mouvant au gré des époques, des lieux et des théoriciens. Nous allons nous intéresser ici à cette forme de rhétorique particulière que le maître de conférences à l'université Paris Descartes Jean-Jacques Robrieux relève comme étant « *des modes d'expressions affectés, ampoulés ou artificiels* ».

Il s'agit de discours au cours desquels l'orateur n'est pas dans une optique de communication, mais semble être là pour impressionner, donner une leçon et montrer son érudition. Dans ce genre d'intervention, l'orateur est entouré des quatre murs puisqu'il se parle plus à lui-même qu'au public.

Un tel orateur utilise les figures de style à outrance, se complaît dans le jargon et omet de prendre en compte les émotions de son auditoire. Il pense qu'il convaincra ceux qui l'écoutent en s'adressant uniquement à leur raison et estime que ceux qui ne sont pas capables de le comprendre ne méritent pas de l'écouter.

Il pense qu'il faut être ennuyeux pour parler de choses sérieuses et que l'humour n'est pas de mise lorsqu'on est quelqu'un d'important.

Il juge que s'adresser à un public nécessite des qualités que certains ne pourront jamais acquérir. Il s' imagine plus intelligent que l'immense majorité de ses congénères et qu'il n'est pas grand-chose qu'il puisse apprendre de quelqu'un d'autre.

Il est persuadé d'avoir des qualités d'orateur exceptionnelles puisqu'il impressionne, qu'on ne le critique jamais et qu'il a toujours raison.

Ne devenez pas cet orateur-là : il est paresseux et suffisant. Soyez bon mais toujours convaincu que vous pouvez progresser.

Soyez confiant mais toujours humble et aimable avec votre public. Convincez-les, mais en les traitant d'égal à égal. Parlez-leur. Tout simplement.

L'adresse directe

La difficulté est là : être le plus proche, humain, convaincant pour le public tout en existant dans cet état exceptionnel et peu naturel qu'est la scène, établir un lien d'intimité en étant séparé par des positions bien distinctes, bref concilier ce qui semble a priori inconciliable.

Le quatrième mur ne doit pas exister pour vous. Vous devez établir un lien direct avec la salle. En ayant conscience de votre position (vous êtes un artiste en scène), vous devez maintenir une conversation avec votre public comme s'il était un.

Cela va passer par l'utilisation de quatre techniques :

Le regard

Adressez un regard personnel à autant de membres du public que vous le pouvez. Un regard directement dans les yeux, qui dure quelques secondes. Une fois que chacun est imprégné de cette sensation que vous vous adressez directement à lui et rien qu'à lui, vous avez gagné.

Le langage

Ne soyez pas à la recherche de la phrase parfaite, celle qui serait jolie à l'écrit. Contrairement à l'anglais par exemple, le français écrit est assez différent du français oral. Mais une prise de parole n'est pas une dissertation oralisée. Vous n'avez pas à employer un langage soutenu et à faire preuve d'adresse grammaticale. Vous devez parler à votre public comme vous vous adressez à une personne en tête à tête (en termes de vocabulaire et de grammaire, non pas en

termes de volume, débit, etc.). Ne vous interdisez pas les familiarités modérées et quelques entorses à la grammaire stricte.

Vous aurez le droit de dire « Qu'est-ce qu'il se passe quand je vais sur un site Web 2.0 ? » au lieu de « Que se passe-t-il lorsque je me rends sur un site Web 2.0 ? » ou encore « Nous allons voir ce qui se passe lorsqu'un internaute se rend sur un site Web 2.0 ».

La recherche de la phrase parfaite risque de vous bloquer dans la fluidité de votre discours et de vous rendre distant par un style trop soutenu.

L'utilisation du « vous »

Vous personnalisez votre propos en impliquant chaque membre de l'auditoire. Ce « vous » n'est pas le « vous » pluriel, mais le « vous » singulier. On peut avoir à l'esprit des comédiens de *stand up* tels que Jean-Marie Bigard qui « tutoient » le public, comme s'il s'adressait à chacun d'entre eux.

Les émotions

En faisant appel aux émotions de l'auditoire, vous les faites réagir de la manière la plus primaire qui soit, vous créez chez eux une réaction à la fois psychologique et physique, vous entrez directement en contact avec eux. Ayez à l'esprit cette liste d'émotions de base et pensez à y faire appel aussi souvent que vous le pouvez :

- joie ;
- tristesse ;
- dégoût ;
- peur ;
- colère ;
- surprise.

Vous pouvez faire ressentir ces émotions aux autres en les vivant vous-même ou bien en mettant en place le discours qui les y mènera.

Pour vous entraîner

- En groupe

Vous manquez de sincérité, vous apparaissez aux autres comme étant un « robot » : essayez de livrer votre présentation en chuchotant. Vous trouverez des modulations qu'il sera bon d'essayer de reproduire lorsque vous reviendrez à une tonalité normale.

- En groupe

Choisissez une émotion : la colère, la joie, la tristesse, la peur. Jouez-la de manière minimaliste. Au fur et à mesure que l'animateur du groupe vous dit « plus », vous amplifiez l'émotion jusqu'à l'amener à son paroxysme.

Au-delà du comédien

Vous êtes auteur

Le travail d'un auteur de théâtre est :

De raconter une histoire

C'est son premier devoir, le plus important. On aurait parfois envie de dire « de faire passer un message », « de refléter la société dans laquelle il vit », voire « d'être politique ». Ça peut arriver. Mais ça ne doit pas être son but premier, plutôt une conséquence de l'écriture de l'histoire qu'il a eu envie de nous raconter.

Vous aussi, racontez une histoire à votre public. Il adore ça. Il en redemande.

De la rendre intéressante

Il s'agit d'y inclure des éléments tels que des conflits, des obstacles, du suspens...

Vous aussi, vous avez l'obligation d'être intéressant. Inventez un héros, rajoutez un méchant, votre histoire n'en sera que plus passionnante. Tous les sujets s'y prêtent pour peu que vous laissiez faire votre imagination.

D'y conserver une cohérence

Il faut qu'il y ait une unité à une histoire, qu'on puisse la résumer en quelques phrases. Sinon, c'est un essai, un traité, ou quoi que ce soit d'autre, mais certainement quelque chose qui n'a pas sa place au théâtre. Vous aussi, soyez cohérent, concis et ne laissez rien au hasard. Construisez votre histoire jusqu'au bout et demandez-vous si chaque élément que vous y avez mis trouve sa place.

D'y proposer un dénouement

Le dénouement permet de résoudre toutes les questions posées dans l'œuvre. Le spectateur ne doit pas rester sur sa faim en se demandant ce qu'il advient de tel ou tel protagoniste ou de telle ou telle situation. Il faut vous aussi que vous répondiez à toutes les questions que vous avez posées et que vous soigniez votre conclusion afin que chacun parte avec le sentiment d'avoir été convaincu.

Vous êtes metteur en scène

Le travail d'un metteur en scène est :

De mettre en valeur le travail de l'auteur

L'auteur a travaillé dur pour écrire sa pièce. D'une certaine manière, lorsqu'elle passe dans les mains du metteur en scène, elle ne lui appartient plus. À lui de proposer son propre éclairage sur ce travail. Le metteur en scène apporte son univers et sa créativité à la pièce qu'il dirige. On lit parfois des critiques qui parlent d'une mise en scène épurée, pompeuse, moderne, etc. Dans tous les cas, le metteur en scène apporte sa vision personnelle de la pièce avec cohérence et unité. Pour autant, un metteur en scène ne doit pas trahir un auteur en lui faisant dire le contraire de ce qu'il avait en tête.

Le « vous » metteur en scène ne doit pas lui non plus trahir le « vous » auteur. Vous vous être creusé les méninges pour proposer une démonstration percutante, ne la gâchez pas par une voix monocorde ou des « euh » intempestifs.

De diriger les comédiens

Il ne s'agit pas uniquement pour le metteur en scène de déterminer les déplacements des comédiens, le timing pour les entrées, etc. Il s'agit également de découvrir avec eux quelles sont les motivations des personnages, quelles sont leurs émotions, leur passé... La direction d'acteurs c'est aider les comédiens à accoucher de leur rôle. Cela consistera pour vous, lors de vos répétitions, à travailler sur votre apparence, votre voix, votre corps... mais également à trouver quels sont les endroits où vous pouvez créer des ruptures, quand vous pouvez vous déplacer, quand vous marquerez des pauses... et à retrouver à chaque instant la motivation pour être enthousiaste et passionné.

Vous êtes vous-même

Remarquez comme on fait référence aux films avec Louis de Funès comme « des de Funès ». On en oublie qui est le réalisateur. On regarde même ceux dont le scénario est insipide et les dialogues mal écrits. Parce que Louis de Funès a réussi à imposer son style à travers les décennies et que plus de trente ans après sa mort, les jeunes générations le découvrent encore avec plaisir.

Les comédiens ont leur style, les hommes et femmes politiques ont leur style, les humoristes ont leur style... Ceux dont on se souvient sont ceux qui ont réussi à se différencier par une personnalité exceptionnelle.

Trouvez également votre style, ce qui fera que vous êtes unique. Trouvez ce qui fera qu'au-delà de ce dont vous avez parlé, on se souviendra de la personne qui en a parlé : faites qu'on ait envie de vous écouter à nouveau.

Et figurez-vous que vous n'aurez pas à chercher loin : relevez quels sont vos points forts, vos caractéristiques, ce que les gens apprécient chez vous dans la vie de tous les jours. Utilisez-les, mettez-les à jour dans vos prises de parole ! On voit trop de gens joviaux et enthousiastes dans le cercle privé se retrouver timides et enfermés lorsqu'il s'agit de partager leurs idées devant une assemblée.

Ayez conscience de vos atouts et utilisez-les sans fausse pudeur !

À retenir

- Une personne qui prend la parole en public éprouve des sensations et mobilise des compétences qui sont à mettre en parallèle avec le comédien d'improvisation qui entre en scène.
- Ce parallèle s'observe dans les attitudes suivantes : préparation, ouverture, investissement, audace.
- Quand vous êtes en scène, vous interprétez un personnage. Soyez à l'écoute de votre public.
- Il est primordial de provoquer des ruptures dans votre discours afin d'y imprimer du rythme.
- C'est en lâchant la bride de votre imagination que vous pourrez livrer un discours de qualité qui sortira du lot.
- Adressez-vous directement à votre public comme s'il s'agissait d'une seule personne.
- Vous êtes à la fois l'auteur, le metteur en scène et le comédien de votre intervention. Mais surtout, vous êtes vous-même, alors faites ressortir votre personnalité et vos points forts dans votre discours.

Conclusion

Vous l'avez compris, réussir votre prise de parole en public repose sur :

- l'acquisition et la mise en pratique de certaines techniques, tant sur le plan visuel que sur le plan vocal ;
- la volonté de se débarrasser de certaines habitudes sérieusement ancrées en chacun de nous, essentiellement du fait de l'école, la famille et l'entreprise.

Maintenant vous le savez : la meilleure manière d'y arriver est de s'exercer sans relâche. Non seulement en vue d'une intervention en particulier, mais également dans la vie de tous les jours lorsque vous prenez la parole de manière impromptue. Mettez votre pudeur et votre timidité à terre ! Que la prise de parole devienne un plaisir et non plus une contrainte !

Nous avons vu ensuite que le support visuel de type PowerPoint devait être un complément et en aucun cas un doublon de votre discours. Luttez contre les habitudes prises en entreprise !

Enfin la simple application de ces techniques n'est pas suffisante et il est essentiel d'y ajouter votre enthousiasme, votre passion, vos émotions, bref d'être comédien.

Lorsque l'on est sur scène, on accepte de révéler beaucoup de choses sur soi. Gardez à l'esprit cette citation de Charles Chaplin : « *Chez un comédien, l'homme extérieur doit être passionné et l'homme intérieur, maître de lui* ».

Bibliographie

Damasio (Antonio R.), *L'erreur de Descartes*, Odile Jacob, 2010.

Duarte (Nancy), *Slide:ologie*, Pearson Education, 2010.

Frommer (Franck), *La pensée PowerPoint*, La découverte, 2010.

Gallo (Carmine), *Les secrets de présentation de Steve Jobs*, éditions Télémaque.

Ghiglione et Argentin, *L'homme communicant*, Armand Colin.

Hasnaoui-Houhou (Nesma), *Préparer une réunion efficace avec un PowerPoint percutant*, Vuibert, 2010.

Johnstone (Keith), *Impro : Improvisation and the theatre*, Routledge.

Kawasaki (Guy), *L'art de se lancer*, Diateino éditions, 2006.

Napier (Mick), *Improvise: Scene from the Inside Out*, Heinemann Library, 2004.

Reynolds (Garr), *Présentation Zen*, Pearson Education, 2009.

Tournier (Christophe), *Manuel d'improvisation théâtrale*, De L'eau vive éditions, 2004.

Index

Accent.....	101
Accent tonique.....	101
Accroche.....	84
Adolescence	142
Allure générale	37
Analogie.....	81
Ancrage au sol.....	44
Anecdote	70, 79, 85
Anglais.....	95, 103
Animations.....	121
Annonce choc.....	87
Assis.....	41
Auteur	149
Autodérision.....	80
Camemberts	125
Caméra.....	26
Cartésianisme.....	58
Chant.....	130
Cliparts	109, 125
Clown.....	59, 130, 140
Comédien	129, 138
Communication non verbale.....	43
Conclusion.....	90
Confiance	38
Connivence.....	81

Conteur.....	69
Couleur.....	124
Debout.....	41
Démonstration.....	88
Déplacements.....	46
Déséquilibre.....	44
Développement.....	83, 87
Devinette.....	85
Diapositives.....	14, 108, 111, 124
Digression.....	76, 137
Dynamisme.....	41, 60
École.....	12, 76, 111
Écoute.....	132, 139
Effets.....	116
Émotion.....	118, 148
Énergie.....	29, 61, 111
Enfance.....	142
Engagement.....	109, 130, 132
Enthousiasme.....	56
Entraînement.....	27, 38, 62, 133
Espagnol.....	57, 105
États-Unis.....	11, 36, 97
Faux amis.....	99
Fond.....	124
Geste.....	47
Gestes adaptateurs.....	49
Gestes d'autocontact.....	49
Gestes métaphoriques.....	48
Gestes parasites.....	49, 140
Gestes ponctuateurs.....	49
Gestuelle.....	50
Grammaire.....	95, 100, 147
Graphiques.....	114, 125

Histoire	69, 71, 74, 130, 149
Humour.....	80
Hyperbole	80
Image.....	36, 125
Imagination	142
Improvisation théâtrale	130
International.....	98
Interruptions.....	74
Italien	105
Jargon.....	14, 56, 77, 146
Jeu	30
Jeu de scène	87
Lâcher-prise.....	143
Langage.....	147
Listes à puces.....	112
Métaphore	81
Metteur en scène.....	150
Micro col-de-cygne	61
Micro-cravate.....	15, 61
Micro-main.....	15, 61
Micro serre-tête	15, 60
Mots parasites	26, 68
Notes	17, 21
Observation	31
One-man show	130
Paresse	109, 145
Passion.....	41, 58, 106, 135, 139
Personnage	138
Point de vue.....	139
Police.....	124
Posture	41, 45
PowerPoint	109
Préparation	133

Professeur	70, 138
Prompteur.....	109
Pupitre	42
Quatrième mur.....	145
Questions	82
Regard.....	147
Répétition	92
Respiration	62, 64
Rhétorique.....	146
Routine-interruption	75, 142
Rupture.....	57, 141
Silence.....	57, 67, 133
Slogan	76
Sondage	86
Souriante	90
Sourire	38, 136
Sous-titres	104, 112
Stand up	140, 146, 148
Statistique.....	86
Structure	84
Style.....	150
Tableaux	114
Théâtre	14, 29, 62, 69, 130, 141, 149
Tics	27, 49, 65, 140
Tics gestuels.....	49
Ton.....	56
Trac	22
Transitions	91
Unité visuelle	123
Version originale	103
Visuel.....	107, 119
Voix.....	61
Volume.....	61
Word	110



Pascal HAUMONT

J'ai plusieurs vies professionnelles. La première, celle qui m'accompagne depuis l'enfance, c'est la passion de la scène, du spectacle, de l'émotion partagée avec un public. Elle m'a amené à jouer des pièces classiques et contemporaines sur de petites et grandes scènes, à pratiquer l'improvisation théâtrale depuis mes 20 ans avec toujours autant de bonheur et de partage, et à m'exercer au one-man-show en tant qu'imitateur à Paris avec des incursions passionnantes en stand-up pendant mon expérience new-yorkaise.

La deuxième s'est construite sur quatre années d'études et douze années d'expérience. C'est mon ancien métier d'ingénieur en informatique. Il m'a permis d'être acteur du développement d'internet dans les années 2000 en participant à la mise en place de systèmes Web complexes chez General Electric et d'être au plus près du changement en travaillant aux Innovation Labs de Double Click chez Google à New York en 2008 et 2009.

Ce parcours en mode « grand écart » a trouvé toute sa cohérence dans ma troisième vie professionnelle, celle de consultant en communication. Depuis 2010, j'ai formé plus de mille personnes à la prise de parole en public, à la conception de PowerPoints efficaces, à la prise de parole en anglais, à l'animation de réunions, à la relation client, etc. Je m'appuie le plus souvent sur les techniques du théâtre, de l'improvisation théâtrale et du stand-up pour amener les gens que j'accompagne à avoir une communication orale plus efficace et ma connaissance du monde de l'entreprise est indispensable dans ce contexte.

Contact : pascal.haumont@illycom.fr

Site internet : <http://www.illycom.fr>

Twitter : @pascalhaumont



Préresse : GERESO Édition 2017

Achevé d'imprimer par La Manufacture - 52200 Langres en août 2017
N° d'impression : - Dépôt légal : Septembre 2017 - *Imprimé en France*