

Fabian Delahaut  
Préface de Philippe Vincent

# Le crime de l'orateur

Prise de parole en public : 3 secrets et 60 techniques



de boeck  
*professionals*

Cette version numérique de l'ouvrage a été réalisée pour le Groupe De Boeck.  
Nous vous remercions de respecter la propriété littéraire et artistique.  
Le «photoco-pillage» menace l'avenir du livre.

Pour toute information sur notre fonds et les nouveautés dans votre domaine  
de spécialisation, consultez notre site web : [www.deboeck.com](http://www.deboeck.com)

© Groupe De Boeck s.a., 2012  
Rue des Minimes 39, B-1000 Bruxelles

1<sup>re</sup> édition

Tous droits réservés pour tous pays.

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

Dépôt légal :

Bibliothèque nationale, Paris : octobre 2012

Bibliothèque royale de Belgique, Bruxelles : 2012/0074/228

ISBN 9782804176327

**Aux océans, quand ils sont bleus.**



## PRÉFACE

Ce livre n'a qu'un seul sujet : la passion. Au contraire de la passion amoureuse, dévorante, la passion d'agir n'exclut ni la raison ni l'intelligence. Elle est force musculaire au service de la volonté. Elle crée de l'espace, du temps. Elle multiplie les énergies.

Les moyens techniques proposés dans ce livre sont à l'art oratoire ce que la politesse est à la vertu : prémisses, porte d'accès.

Chaque secret livré au fil de ces pages est un accélérateur. En bout de ligne droite, après les détours du circuit : vous-même. Passé la ligne d'arrivée, le bouquet du vainqueur : vous-même. En plus libre, en plus joyeux, en plus efficace.

La peur, le trac sont des inventions, des illusions, comme les nuages sont des illusions d'optique. Ces inventions se nichent dans vos zones de faiblesse : que vous ne possédiez pas la matière dont vous devez parler, que votre relation aux autres ne soit pas équilibrée, que vous ne vous sentiez simplement pas à votre place derrière ce pupitre, ce micro.

Ayant lu *Le crime de l'orateur*, vous aurez compris intimement que les autres sont exactement vos semblables.

Ayant expérimenté *Le crime de l'orateur*, vous serez à votre place derrière ce pupitre, ce micro.

Ayant commis *Le crime de l'orateur*, il ne sera plus jamais question pour vous de ne pas connaître votre sujet.

Si nous ne sommes pas irremplaçables, nous sommes uniques. Notre vision du monde l'est tout autant. La partager enrichit.

Henri de Montherlant, dans *Le Maître de Santiago*, n'a pas dit autre chose : « Tant de choses ne valent pas d'être dites. Tant de gens ne valent pas que les autres choses leur soient dites. Cela fait beaucoup de silence. »

L'auteur de ce livre et son propos sont élitistes. Pourtant, vous vous en rendez compte au bout de quelques pages, son écriture n'est pas sèche, son style n'est pas obscur.

L'élitisme, le vrai, est affaire de tous. L'élitiste, le vrai, se préoccupe de chacun. Au contraire du snobisme et du snob.

## LE CRIME DE L'ORATEUR

L'âge aidant, l'humanité se divise en deux catégories : ceux qui croient, de plus en plus, et cela conduit à la générosité ou à la haine ; et ceux qui croient de moins en moins et cela les mène à l'amertume ou à l'indifférence. Il existe une troisième catégorie, extrêmement rare : ceux qui ne croient pas, ou plus, ou qui n'ont jamais cru, qui ont fait l'expérience de leur inutilité foncière, de leur vanité absolue et qui, pourtant, agissent. Leurs actes n'ont de valeur qu'en l'Autre, sans attachement ni aux personnes ni aux situations. Vous saurez vite à quelle catégorie appartient Fabian Delahaut. (Son nom est d'ailleurs un signe incontournable).

La voix humaine est particulière : elle véhicule à la fois une pensée, qui peut être celle de tout le monde, et une âme, celle de son propriétaire. Les grands orateurs ont uni les deux. Quand leur voix s'élève, quand leurs mots résonnent, leur âme convaincue s'avance vers vous. Avec humilité parfois, ferveur souvent, authenticité toujours.

Fabian Delahaut vous encourage à cette authenticité. Il met à votre portée ses connaissances, son expérience et son expertise pour que vous puissiez vous concentrer sur l'essentiel.

L'art oratoire, son nom l'indique, est un art. L'art est affaire de beau. Le beau est la cime du vrai.

Trois secrets, soixante techniques. Tout le reste est travail.

Ne taisez plus ce que vous avez à dire.

Ce livre vous y invite et vous en donne les moyens, avec humour et générosité, dans la parole d'un homme qui connaît le prix de la victoire. Dans cette époque de rencontres hasardeuses et inutiles, c'est un bien précieux.

Philippe Vincent

## L'AUTEUR

Fabian Delahaut est licencié en philosophie de l'ULB (Université libre de Bruxelles) et a obtenu un MBA de la Solvay Brussels School of Economics & Management. Il a également suivi la formation de comédien au Cours Florent, à Paris, et a bénéficié, en chant, de l'enseignement de Richard Cross, Maryse Dupas et Schuyler Hamilton.

Maître-praticien en PNL, agréé MBTI, formé au *coaching* à l'Institut Ressources, il est considéré, par ses clients et *coachés*, comme un *formaCteur* et un motivateur.

Il anime d'ailleurs, depuis dix-huit ans, de très nombreuses formations dans de grandes entreprises et organisations, des TPE et des PME.

Il assure aussi des charges académiques puisqu'il enseigne à l'Institut des Forces de Vente (HEC – Université de Liège) et à la Solvay Brussels School of Economics & Management, ayant, notamment, deux charges de cours dans deux masters en marketing organisés par Solvay à Hô Chi Minh et Hanoï, au Vietnam.

Il est coauteur, avec Jean-Pierre Baeyens et Michel Comblin, du *Conseil d'Administration en PME : quarante questions – dix actions concrètes*, paru chez Labor Entrepreneur en décembre 2000.

Enfin, les célèbres radios Vivacité et Bel RTL font parfois appel à ses services de *coach* en communication pour fournir conseils et astuces à leurs auditeurs.

Né à Mons le 2 août 1967, il habite à Merbes-le-Château, un village au cœur de la campagne thudinienne, près de Maubeuge, où il vit pleinement sa passion pour les chevaux.

Vous pouvez le découvrir davantage en surfant sur :

- [www.agero.be](http://www.agero.be)
- [www.365missions.com](http://www.365missions.com) (en collaboration avec Frédéric Ooms)

Fabian anime aussi trois blogs :

- [www.acteurdevotrevie.be](http://www.acteurdevotrevie.be)
- [www.destinationprofit.be](http://www.destinationprofit.be)
- [www.leader-inspirationnel.be](http://www.leader-inspirationnel.be)

Fabian est également auteur, compositeur et interprète. Vous pouvez le suivre sur :

- [www.fabiandelahaut.com](http://www.fabiandelahaut.com)

## LE CRIME DE L'ORATEUR

Son dernier maxi CD, *Ocean Blue*, est en vente sous le pseudo **Fabian D**, sur toutes les grandes plateformes comme iTunes, Amazon, Virgin, etc.

Enfin, dès 2013, « *Le crime de l'orateur* » deviendra un spectacle que Fabian interprètera sur scène.



## MERCI

Ce livre, je dois de l'avoir écrit aux milliers de personnes que j'ai formées, accompagnées, coachées, depuis dix-huit ans. J'ai sûrement plus appris d'elles qu'elles n'ont appris de moi. Nombreuses sont celles qui ont élargi mon champ de vision, élargi mon horizon. Certaines ont eu un impact majeur sur qui je suis. Quelques-unes ont laissé des marques profondes, comme des entailles, et m'ont « trans-formé ».

Merci à elles.

Merci aux éditions De Boeck et à Laurence Quix en particulier. Elle m'a fait confiance jusqu'à accepter mon titre ! Elle me donne confiance.

Merci aussi à Anne-Marie Wollseifen, ultime correctrice, qui a effectué un travail d'orfèvre et dépassé sa fonction.

Avant de vous soumettre ce livre, j'ai sollicité le regard bienveillant mais implacable d'un comité de lecture.

Ma mère, Françoise Faymonville, et ma femme, Claudia, furent mes premières et impitoyables lectrices. Leur apport et leur soutien furent déterminants.

Florence Pourtois, Jean-Pierre Baeyens, Veerle Put, Véronique Gallo, Kurt Alsteens et son épouse, Vincent Wuilmart et Serge Bywalski ont donné de jolis coups de projecteur.

Annick Denis m'a offert des commentaires précis et pointus.

Marie-Françoise Riche et Yves Lebrun m'ont corrigé avec délicatesse, et encouragé avec amitié.

Johnny Herrewyn fut un puissant énergisant.

Quant à Philip Mariscal, Patrice Thiry, Vincent Van Esch, Jean-François Remy et Vincent Louchard, ils peuvent presque cosigner le livre tant leur contribution fut importante !

Il y a bien sûr Philippe Vincent, relecteur et auteur, puisqu'il me fait l'amitié de signer la préface du crime. Son texte est un cadeau magnifique.

Il y a Claude Henrotte, enfin. Quand le marais est profond et le pas hésitant, il est là. Son amitié est indéfectible.

Je les remercie tous sincèrement, chaleureusement.

J'avais taillé la pierre déjà. Ils m'ont permis de la polir.



## INDICES

Pour suivre les traces du criminel et le retrouver, vous y retrouver, vous avez besoin d'indices.

On n'enseigne que ce dont on a eu soi-même le plus besoin, a dit Alain Moenart, l'un de mes formateurs en programmation neurolinguistique<sup>1</sup>. C'est bien le cas ici. Presque tous les travers que je dénonce, je les ai pris, et me suis échoué sur presque tous les écueils. Les erreurs, les errements, les errances que je fustige furent d'abord miens.

Ce dont j'ai eu besoin pour reprendre pied, je l'ai souvent trouvé au hasard de rencontres, de voyages. Et les leçons sont venues de professeurs parfois inattendus, à des moments impromptus. Les questions qui me hantaient étaient si nombreuses que j'ai multiplié les activités pour leur trouver des réponses : le sport, le théâtre, la chanson, les chevaux, même les séries télé et un manga ont éclairé mon chemin !

Pour éclairer le vôtre et illustrer les trucs, les astuces et les ficelles que je vous propose, je vous raconterai donc ces histoires. Puissent-elles vous parler autant qu'à moi, ou mieux, vous donner envie de tirer les leçons de vos propres histoires.

Si vous êtes pressé et que vous cherchez un thème spécifique, la table des matières pourrait... vous laisser perplexe ! Dans ce cas, allez directement à l'index. Il vous guidera mieux.

Le livre est composé de trois parties, relatives aux trois secrets, chacune déclinée en vingt chapitres, pour les soixante techniques. Si vous voulez bénéficier d'une vue d'ensemble de ces techniques, reportez-vous, à la fin de chaque partie, aux « 20 points à retenir avant de partir ! »

Sachez encore que j'ai écrit ce livre comme je forme et choisi un langage parlé, direct. Mon souhait est de me retrouver, virtuellement, avec vous, auprès de vous. Comme si nous nous parlions.

Je vous souhaite donc une bonne lecture ou plutôt... une bonne écoute !

Fabian

---

<sup>1</sup> Voici la définition de la PNL donnée par l'Institut Ressources sur son site <http://www.ressources.be> : « elle propose une synthèse originale débouchant sur une utilisation immédiate des connaissances de la psychologie et des neurosciences, de l'anthropologie et de l'intelligence artificielle et du management. Elle s'intéresse à "comment ça marche quand ça marche" plutôt qu'à expliquer "pourquoi ça ne marche pas". Elle permet de décoder l'expérience de personnes qui sont particulièrement douées dans un domaine spécifique (négociation, communication, éducation, sport, santé, thérapie, etc.) ou qui, placées dans des situations difficiles, ont découvert des moyens inhabituels et efficaces de s'en sortir. »



## ENTRÉE

La pression monte. C'est demain que vous prenez la parole face au public, et vous êtes tétanisé ! Votre sommeil, court et agité, n'est pas réparateur.

Ça y est : quelques minutes encore, et c'est à vous. Le cœur cogne dans la gorge. La bouche est sèche et les mains moites, l'estomac, noué.

Votre PC choisit ce moment précis pour renâcler. Pas moyen d'établir la connexion avec le projecteur. Et toutes ces belles diapos noircies (trop !) de phrases inspirées comme autant d'aide-mémoire, que vous risquez de ne pas montrer !

Votre portefeuille alourdit le pan gauche de votre veste pendant que votre chevalière, étincelante, choisit d'attirer tous les regards.

Le vôtre balaie le sol. Vous balancez d'un pied sur l'autre et constatez avec effroi que vous avez oublié de cirer vos chaussures.

Enfin, un premier son : « *Euh... Donc euh...* » Vos mains hésitent. Elles se demandent à quoi elles peuvent bien servir. Zut : pas de micro à tenir. Ouf ! Une poche. « *Et si nous nous cachions dans le dos ?* »

Vingt minutes viennent de s'écouler. Le calvaire prend fin. Ne sachant pas comment conclure, vous balbutiez, dans une soudaine inspiration, un « *voilà, c'est fini* » salvateur.

Réveillez-vous, le cauchemar est terminé.

Lisez ce livre et vous connaîtrez les techniques des meilleurs. Prendre la parole sera désormais un réel plaisir. Vous aurez assimilé...

**les 3 secrets des grands orateurs !**



## TABLE DES MATIÈRES

<b>Préface</b> .....	5
<b>L'auteur</b> .....	7
<b>Merci</b> .....	9
<b>Indices</b> .....	11
<b>Entrée</b> .....	13
<b>Le secret n° 1 – Réussissez votre entrée et votre sortie</b> .....	19
1. Commettez un crime !.....	21
2. Le train crissera une fois .....	23
3. Préparez, préparez, préparez .....	24
4. Une bonne préparation commence par de bonnes questions.....	25
5. Jeanne Moreau dit bonjour à tout le monde !.....	26
6. Squelette au haras .....	27
7. Support de votre support ? .....	29
8. Volez avec les Aigles !.....	32
9. L'attitude marketing.....	33
10. Vous êtes un athlète !.....	35
11. Beau comme un camion .....	36
12. Pas chez le dentiste .....	39
13. L'intention prime l'action.....	40
14. Faites comme si .....	42
15. « <i>Esse est percipi</i> » .....	45
16. Soyez remarquable .....	48
17. Trois types de discours .....	49
18. Devenir charismatique ? .....	50
19. « Excusez-moi, excusez-moi, excusez-moi » .....	53
20. Une Joyeuse Sortie .....	55
<b>Le secret n° 2 – Ayez toujours une page d'avance</b> .....	63
21. « Être prof, c'est facile » .....	65

22. Un juste titre .....	66
23. La forme, d'accord, le fond d'abord ! .....	68
24. C't à moi qu'tu parles ?.....	69
25. À cheval sur deux cerveaux .....	70
<b>26. Womanizer .....</b>	<b>73</b>
27. La métaphore, ça va fort ! .....	74
28. Faites « bonnes figures » .....	75
29. Les quatre zautres .....	77
30. Du caviar, mais pas à chaque repas !.....	79
31. Less is more .....	80
32. Toupie or not toupie .....	81
33. « Maître, je ne sais que faire de mes mains » .....	83
34. Vous n'êtes pas une poule .....	85
35. « Cet amour que je vous voue nous noue » .....	87
36. Et s'il n'y avait eu que deux petits cochons ? .....	89
37. Dire ou lire .....	90
38. Écoutez avec les yeux.....	92
39. La traque aux trucs.....	93
40. Do your Jobs.....	96
<b>Le secret n° 3 – Soyez relâché ! .....</b>	<b>101</b>
41. Tempête : pffuuu.....	103
42. Mais si ça foire vraiment ?.....	104
43. « Il faut que tu respire, et ça c'est rien de le dire » .....	106
44. Qui verra vivra .....	108
45. Du courage, du courage, du courage .....	110
46. Goldorak : GO !.....	111
47. Ferme, doux, juste et efficace.....	116
48. Les étapes de la fermeté .....	119
49. Les trois écureuils et le troupeau de mulots.....	119
50. E.R.I.C.....	121
51. Pointer pour désamorcer.....	123
52. Le gardien de but seul face à l'attaquant.....	124



53. Le système du non-système .....	126
54. Art et technique .....	128
55. Le camelot qui vendait des champignons.....	129
56. La cervelle ou les tripes .....	131
57. Ananas .....	132
58. Toutes voix dehors .....	134
59. Dépasser la fonction.....	138
60. La force du silence .....	140
<b>Sortie</b> .....	145
<b>Bibliographie</b> .....	147
<b>Webographie</b> .....	149
<b>Index</b> .....	151



**LE SECRET N° 1**  
**RÉUSSISSEZ VOTRE ENTRÉE ET VOTRE**  
**SORTIE**



## 1. Commettez un crime !

Au début de sa carrière, Johnny Hallyday rencontre Maurice Chevalier. Ils sont assis sur un banc, dans le jardin de l'homme au canotier. « Les conseils soufflés ce jour-là par le roi du music-hall français sont simples et tiennent en deux phrases : “Soigne toujours ton entrée. Soigne toujours ta sortie. Au milieu, tu te démerdes : tu chantes !” »<sup>1</sup> Chevalier sait-il alors qu'il vient de lui donner une leçon de neuromarketing ? En effet, votre cerveau reptilien<sup>2</sup> tend à conserver son énergie vitale. À l'instar de l'antilope qui guette le prédateur avant d'approcher du point d'eau pour boire tranquillement, il n'a qu'une seule préoccupation : votre survie.

Ce qui est entre le début et la fin n'étant pas nécessairement vital, il n'utilisera pas d'énergie pour le retenir.

Avez-vous déjà vu un épisode d'une série américaine ? Des femmes désespérées, un toubib boiteux et cynique ou des experts « miamiens » qui connaissent tout sur tout ?

Prenons les experts. Après une vue magnifique de la baie de Miami, l'épisode commence, systématiquement, par un... crime ! Le scénariste sait que vous tenez, entre les mains, un outil terrible : la « zappette ». C'est sa hantise. Il sait aussi que vous avez mille cinq cents, deux mille chaînes à disposition. Bref, il a vingt secondes pour vous scotcher à votre fauteuil.

Le lieutenant Horatio Caine apparaît. Le costume noir Armani parfaitement coupé, les jambes écartées (un autre fan de Johnny ?), la tête baissée, légèrement de biais, il a le sourire de celui à qui on ne la fait pas et tient distraitemment ses Ray Ban à deux doigts.

Et tandis que l'un des policiers lui pose une question ou avance une hypothèse, Horatio l'impitoyable assène une réplique qui tue (encore !) et quitte la scène d'un pas ferme, décidé.

Le générique est lancé et si vous en profitez pour filer aux toilettes, c'est foutu ! À votre retour, l'action a repris. Pas de répit.

---

1 B. VIOLET, *Johnny, le rebelle amoureux*, Fayard, 2003.

2 On parle aussi de cerveau primaire, primitif, ou archaïque. Le cerveau reptilien correspond aux instincts de base, dont l'instinct de conservation. Il assure, entre autres, la sauvegarde de l'individu et de l'espèce.

Lorsque vous serez face à votre public, commettez un crime. Ne commencez pas par ces formules creuses, attendues, filandreuses, ces mots sans âme, sans couleur, sans chair, qui nous font espérer que vous en aurez très vite fini, que nous pourrions nous ruer sur les petits fours, les *zakouski* et le mousseux tiède. Je m'é gare. Il est vrai que je ne bois que de l'eau... tempérée. C'est meilleur pour la voix.

Ces entrées en matière, indignes de Maurice, sont ma torture quotidienne. Je devine que vous attendez des exemples. Vous l'aurez voulu !

« *Donc euh, voilà. Je vais vous parler* (sans blague, ça, c'est un *scoop* !)... »

« *Eh bien, tout d'abord, je vous remercie d'être là, d'être venus si nombreux* (ils sont huit)... »

« *Monsieur le Président, Madame la Secrétaire, Messieurs les Directeurs* (je ronfle déjà), *chers amis, la crise qui secoue nos marchés, vous le savez* (pourquoi nous le dire, alors ?), *a considérablement affaibli notre économie* (il l'est aussi, affaibli, après un propos aussi banal)... »

« *Je vais vous faire une petite présentation* (soit, tu auras notre petite attention)... »

Commencez un crime. Collez-nous au siège. Empêchez-nous de songer au macaroni au gratin qui nous attend à la maison, de penser au réveil-matin qui nous extirpera du lit demain à une heure indue, empêchez-nous d'être concentrés sur n'importe quoi d'autre que sur votre exposé, sur vous.

Surprenez-nous, sortez du lot, prenez un risque et assumez-le pleinement. Marquez nos esprits.

Un chiffre-clé, une anecdote, une image forte, un extrait de film, une citation, un bruit assourdissant... du moment que votre « accroche » soit cohérente avec le sujet et serve votre objectif, foncez !

Un matin, Xavier, étudiant à l'Université de Mons-Hainaut en Belgique, croit utile de nous asséner : « *Je m'présente, je m'appelle Henri. Non j'dé-conne !* »

N'est pas Gad Elmaleh qui veut. Humoriste, c'est un métier.

D'une part, l'accroche de Xavier n'est pas en lien avec son sujet, d'autre part, il est dangereux de tenter le déclenchement du rire, surtout dès le début. Si vous faites un flop, vous créez un cercle vicieux plutôt que d'ouvrir un cercle vertueux.

Votre tentation sera donc de « faire comme tous les autres, » d'ouvrir avec les mêmes mots, le même ton, souvent plat, le même sourire, crispé,

les mêmes « euh, donc, voilà. » C'est l'ère du même, de l'insipide, du *fast talk*, de la *fast culture*, du prêt-à-parler. Je m'égare encore.

Donnez-nous une raison de vous écouter, de ne pas zapper. Soyez différent.

La bonne attitude, oui. La morne platitude, non !

## 2. Le train crissera une fois

Lors d'une formation animée à l'université de Valenciennes, une thésarde – une doctorante, si vous préférez – ayant compris le principe nous offre une introduction fulgurante.

Son sujet de thèse : les crissements des trains au freinage.

Son entrée : un train surgit à l'écran dans un bruit infernal. Bingo ! Tout est dit. Elle nous a cueillis. Nous sommes prêts à recevoir son message.

Vous le comprenez, il ne suffit pas d'étonner. Pourquoi ne pas vous présenter en *string* dans ce cas ? La surprise serait totale !

Quoique.

Dans cette même université, deux autres étudiants vont marquer ma carrière. Valenciennes est décidément une université inspirante.

De corpulence similaire, ils commencent à parler tout en se déshabillant, en s'effeuillant lentement, sans trembler. La classe est médusée. Je me pince.

Puis, chacun, tout en poursuivant l'exposé avec élégance, comme sans prêter attention à son propre *strip-tease*, enfile les vêtements de l'autre.

Ils terminent en nous expliquant que pour vraiment comprendre son interlocuteur, il convient de se mettre à sa place, dans ses chaussures, mieux, dans ses vêtements. L'empathie enfin révélée. Brillant !

Et vous ? Avant de vous pointer devant ce groupe, derrière ce micro, de vous camoufler à l'abri d'un pupitre bienvenu, avez-vous répondu avec précision à cette question : quel est mon objectif ?

**Quelle est mon intention ? Qu'est-ce que je vise ? Comment saurai-je que l'objectif est atteint, le mandat rempli ?**

Si votre seule ambition est de vous acquitter de l'exposé, car telle est la demande de votre supérieur hiérarchique, arrêtez tout de suite !

Ne gâchez pas votre temps et encore moins le nôtre.

Chaque phrase, chaque geste, chaque intonation devrait pouvoir répondre à la question : « Quel est mon objectif ? »

Quel est mon objectif quand je dis ces mots précis, de cette façon particulière, avec cette nuance-là dans la voix ?

Déterminez l'objectif. Vous trouverez le moyen.

Nous sensibiliser à ce que vivent les riverains aux abords d'une gare quand un train vient y déverser son lot de marchandises ou de passagers, c'est un objectif qui trouve vite son moyen : le son brut, plat, mat d'un train qui freine. Un son sans retouche.

### **3. Préparez, préparez, préparez**

Si vous n'êtes pas naturellement doué pour communiquer, pour prendre possession d'une scène, d'un public, si vous n'avez pas le don d'éloquence, si vous êtes sans charisme... franchement, c'est mal barré !

Trêve d'humour. Ni ce livre ni aucun autre, aucune formation, aucune technique apprise de quelque gourou que ce soit qui vous aura fait hurler « quand on veut, on peut » ne vous donnera la classe naturelle, l'élégance féline d'un Barack Obama.

Cristiano Ronaldo est le joueur de foot le plus cher de l'histoire à l'heure où j'écris ces lignes – quand vous les lirez, son prix paraîtra bradé ! –, il ne fera jamais un grand gardien de but. Pas plus que Florent Pagny, en dépit d'un bel organe vocal, ne sera un jour ténor à la Scala de Milan.

Cela dit, dans les deux cas, un bon entraînement peut donner des résultats acceptables. À défaut d'excellence, nos deux protagonistes viseront une forme d'efficacité.

Vous aussi.

Si le talent est là, vous deviendrez un orateur de catégorie supérieure. Sinon, vous serez, à force de travail, diablement efficace. Dans la myriade des présentateurs fades et insipides, votre préparation sans faille vous confèrera une place de choix.

Je sais, le titre du livre vous annonce que vous deviendrez un grand orateur. Publicité mensongère ? Non. Il y a encore de la place au sommet, sachez-le. Mais même arrivé là-haut, vous continuerez de contempler avec envie ceux qui s'expriment avec la fluidité que vous n'aurez jamais. Ceux-là ne sont pas des orateurs de premier plan. Ce sont des étoiles. Et je doute fort qu'ils lisent ce livre.



Disons que vous avez ce don ou que vous ne l'avez pas. Peu importe. Dans les deux cas, préparez-vous !

Et le jour où vous voulez VRAIMENT faire une différence, **répétez votre discours au moins... vingt-cinq fois**. Vous avez bien lu : **vingt-cinq fois**.

#### **4. Une bonne préparation commence par de bonnes questions**

Votre objectif calé dans le crâne, vous allez désormais vous poser les questions suivantes. Elles vous guideront et vous éviteront bien des écueils.

Dans quel contexte vais-je intervenir ? Quelle est la durée de mon intervention ? Quelle image ai-je envie de donner, de mon organisation si j'en représente une, de moi ?

Et surtout : Qui est le public ? Quels sont les publics si le groupe est hétérogène ? Comment est-il segmenté : des hommes, des femmes ? De quel âge, quels milieux, quels horizons ? Qu'ont-ils comme formation ? Que savent-ils ? Que veulent-ils savoir ? Qu'est-ce qui, dans votre intervention, aura le plus d'impact sur leur vie, leur métier ? Quel degré de détail devez-vous atteindre ? Quels sont leurs *a priori*, leurs préjugés ? Viennent-ils de leur plein gré ? Connaissent-ils l'objectif poursuivi ? Quel est leur langage ? Je ne parle pas de la langue, je veux dire leur jargon.

J'ai un jour eu l'indécence de parler de « clients » dans une administration publique. Les participants au séminaire m'ont vertement réprimandé : dans leur monde, on disait « usagers. »

En d'autres termes, quelles sont leurs valeurs, quel est leur cadre de référence ?

Alexis, informaticien, évoque son projet d'entreprise devant un parterre d'étudiants accros aux nouvelles technologies. Il parle avec entrain du GPS qu'il compte mettre sur le marché et donne fièrement sa différenciation : « la réalité augmentée » !<sup>3</sup>

Pour une fois, moi qui sais à peine utiliser Outlook, j'étais le seul à connaître la signification de cette expression. Coup de pot ! Et personne n'a osé la demander...

Les réponses à toutes ces questions vous guideront pour déterminer le fond, pétrir la matière, choisir les couleurs, et les supports.

---

<sup>3</sup> Pour votre culture générale, la réalité augmentée, c'est quand on combine le réel et le virtuel. Exemple : vous vous voyez dans un miroir avec des vêtements que vous ne portez pas réellement, mais qui sont bien devant vous, dans le miroir, virtuellement.

## 5. Jeanne Moreau dit bonjour à tout le monde !

Pierre, un ami comédien, m'a un jour raconté que Jeanne Moreau était allée jouer au Théâtre National, à Bruxelles.

Arrivée sur place, elle a salué absolument tout le monde, chaque technicien, chaque ouvreuse. Elle était humble et simple, sincère aussi.

Si vous voulez vous assurer un maximum de confort lors de votre exposé, ayez un bon contact avec une personne-ressource sur place, qui prévoira le matériel nécessaire, installera les tables et les chaises comme vous le souhaitez ou en tout cas fera de son mieux : une personne qui se décarcassera pour vous.

Après d'elle, récoltez les informations suivantes :

- Y a-t-il un projecteur, un écran, des câbles ?
- Devez-vous apporter votre propre ordinateur ou bien y en a-t-il un sur place ?
- Aurez-vous un micro si la taille de l'auditoire l'exige ? Si oui, je vous conseille le micro-cravate. Vous aurez alors les mains libres pour tenir vos fiches. Nous en reparlerons. Cela dit, certains orateurs (des chanteurs aussi) préfèrent avoir un micro en main. Ça donne une contenance.
- Etc.

Quand vous serez sur place, comme Jeanne Moreau, saluez tout le monde. Soyez souriant, sympathique, et comme elle encore : HUMBLE.

Un comédien qui snobe un technicien risque fort d'être mal éclairé...

Et, comme toujours, ce qui n'a pas été préparé ou au moins anticipé, envisagé... foire !

Aussi, je vous suggère d'avoir toujours votre trousse de secours avec vous. Elle comprendra une rallonge électrique, une paire de ciseaux, du papier collant, des *post it*, un outil « *Mac Gyver* », c'est-à-dire un canif suisse ou autre avec tournevis et lame pour combattre les ports sériels rébarbatifs, un câble Ethernet, et tout ce qui peut vous être spécifiquement utile. Ah oui ! Surtout, n'oubliez pas les comprimés d'Imodium<sup>4</sup> et de Motilium ! « Avoir la peur au ventre » est une expression qui peut trouver tout son sens avant de prendre la parole en public !

---

<sup>4</sup> Si ce nom ne vous dit rien, sachez que la molécule de base de l'Imodium est le loperamide.

Le 14 septembre 2010, je donne une conférence sur un thème super *sexy* et accrocheur : « *20 tips 4 big profits*. Pas que j'ai forcément pu mettre à mon profit ce que je vais leur raconter, mais je sais que les « *20 tips* » en question sont forts.

Il est vrai que si j'ai étudié la philosophie à l'Université libre de Bruxelles en tâchant de répondre à la question de Leibniz « pourquoi y a-t-il quelque chose plutôt que rien ? » ou, plus simplement, « pourquoi être ? », quatre ans d'études m'ont montré que la réponse... s'échappe « toujours déjà », pour reprendre cette expression si singulière, acquise durant mes années en philo.

*A contrario*, une seule année de MBA répond allègrement à la question « comment avoir ? »

En bref, si je reste convaincu que la vie se conjugue au verbe être et non au verbe avoir, je me sens quand même une certaine légitimité à aborder la thématique du « *big profit* ».

Il me semble avoir tout prévu... sauf le retour vidéo et la commande des diapos. Pour moi, cela va de soi que je puisse installer mon ordinateur de façon à avoir devant moi l'image de ce qui sera projeté derrière. Patastras : pas possible ! Et pas moyen non plus d'utiliser mon PC. Ce sera le leur... situé à vingt mètres du podium. Un autre problème surgit alors : la commande que j'utilise pour faire défiler les diapos ne fonctionne pas, pas à vingt mètres. Re-patratras !

Heureusement, Maxime, ma personne-ressource, se plie en quatre pour m'aider. Je devrai donc expliquer aux cent cinquante personnes présentes que chaque fois que je lève la main, je donne un signal à Maxime pour lancer une nouvelle dia.

Très élégant, me direz-vous. Certes. Mais je n'ai pas vraiment eu le choix.

Moralité : préparez-vous mieux que moi et dites bonjour à tous les Maxime que vous croisez !

## 6. Squelette au haras

Le jeu de mots est idiot, mais je n'y résiste pas : j'aime les chevaux et vous avez besoin d'un squelette, d'une structure. Pourquoi se priver ?

Mais avant la structure, il y a le silence.

Le silence, dans la partition de Mozart, est encore de Mozart. Il sera le vôtre.

Appliquez alors la méthode **SSRC** : Silence – Sourire – Regard – Crime !

Tout commence donc par un silence. Puis un sourire. Regard. Regarder tout le monde. Puis l'accroche, l'entrée, votre crime !

Silence encore. Court.

Introduction : rappel du sujet, de l'objectif, de la durée, exposé des règles du jeu. Exemples de règles : faire taire les GSM (le fléau des orateurs, des formateurs, des conférenciers. Ne les tolérez JAMAIS.), expliquer si vous distribuerez ou non un support papier, si les gens peuvent vous interrompre pour poser des questions ou s'il y a un échange prévu au terme de votre discours, etc.

Vous partagez désormais, avec votre auditoire, le même cadre de référence.

Nouveau silence, une courte pause si vous préférez, afin d'assurer la transition.

Développez alors votre sujet, idée après idée.

Silence enfin, avant la **conclusion**. Elle sera, au choix, récapitulative, prospective ou mixte.

**Récapitulative** : dites ce que vous avez dit.

**Prospective** : tendez un pont vers le futur.

**Mixte** : faites les deux !

La conclusion récapitulative n'est vraiment pas mon premier choix, plutôt un choix par défaut.

Si l'exposé est court, la conclusion prospective s'impose.

S'il est long et/ou complexe, dense, la conclusion mixte est plus adaptée.

Dernier silence avant la sortie, la finale, qui est à la conclusion ce que l'entrée, l'accroche, est à l'introduction.

Et si un échange est prévu avec le public, prévoyez... une deuxième sortie.

Si votre exposé parle d'un **problème**, construisez-le en **trois phases** :

1. Quel est le problème ?
2. Quelles en sont les causes ?
3. Comment le résoudre ?

Claudine Drees, une formatrice extraordinaire, suggère aussi, pour vendre une solution précise, la **technique SSAV** :

Solution : quelle est la solution ?

Exemple : « *Désormais, nous allons supprimer les voitures de société au sein de notre entreprise.* »

Signification : quelles sont les caractéristiques ?

« *Chacun de vous aura droit à un abonnement train-tram-bus.* »

Avantages : quels sont les avantages de la solution ?

« *Il y a trois avantages majeurs à cette solution : nous aurons une démarche écologique et contribuerons ainsi à préserver la planète, nous aurons une démarche économique et réaliserons des économies substantielles, nous dirons adieu, une bonne fois pour toutes, aux embouteillages et au stress qu'ils engendrent.* »

Verrouillage final : conclusion.

« *Je vous invite à remplir ce document afin de recevoir votre abonnement dès demain !* »

Quelle que soit la structure de votre discours, je vous donne un conseil : **apprenez votre entrée et votre sortie par cœur** ! Rien que ces deux éléments-là. Aucun autre. Par cœur.

## 7. Support de votre support ?

Selon une interprétation particulière de la dialectique du maître et de l'esclave exposée par Hegel dans *La phénoménologie de l'esprit*, le maître devient esclave de son esclave.

De votre côté, évitez le travers de devenir le support de votre support. Parler en public ne signifie pas appuyer sur un bouton pour voir des diapos défiler. PowerPoint, Prezi ou Keynote<sup>5</sup> sont des moyens, seulement des moyens.

Il n'est pas écrit dans les astres que tout orateur qui se respecte a, *ipso facto*, une kyrielle de diapos dans le dos, saturées de listes à puces, boursofflées, indigestes. Pourtant, il s'agit bien de LA norme en entreprises. Affligeant.

Le scénario est alors le suivant : l'orateur est de côté et l'écran trône, vampirisant l'espace. Le projecteur dicte la cadence, impose les silences : une pause à chaque changement de dia.

---

<sup>5</sup> Prezi et Keynote sont aussi des logiciels de présentation ; Keynote a été développé par Apple.

Le classique des classiques : l'homme – ou la femme, pas de sexisme, elles ne font pas mieux ! – se retourne, vérifie la dia projetée, revient vers nous – si nous avons de la chance ! – se retourne encore, lit ce qui est écrit – il nous prend pour des imbéciles ? – revient vers son PC, baisse les yeux tout en susurrant les derniers mots de la dia en même temps que son doigt, hésitant, cherche la barre d'espacement qui va nous infliger la dia suivante. Et, avec les yeux qui plongent, plonge aussi la voix. Elle s'étirole, se vide, les mots sont désincarnés. Vous venez de comprendre ce qu'au théâtre, nous appelons une chute de finale.<sup>6</sup> Et quand la finale chute, l'intérêt du public aussi.

Dans *Präsentationzen*,<sup>7</sup> l'excellent Garr Reynolds nous rappelle qu'on ne peut pas lire et écouter un discours en même temps.

Seth Godin et Nancy Duarte, à sa suite, vous diront d'utiliser PowerPoint et de ne pas être utilisé par lui, d'opter pour des images, de belles photos, et très peu de mots : sept maximum. Vous avez bien lu : sept mots et non sept phrases.

Le parfait exemple : Steve Jobs, le patron charismatique d'Apple. Visionnez-le sur [www.ted.com](http://www.ted.com) ou sur You Tube et vous deviendrez meilleur, comme quand mon ami Thierry et moi, nous nous gavions de Roland Garros pendant les sessions d'examens et jouions mieux, une fois sur le court. Je sais, la méthode est hasardeuse pour réussir des examens, mais ça fonctionne pour améliorer son jeu de tennis !

Nuançons le propos. J'ai récemment rencontré un monsieur, charmant au demeurant, dont le métier est le *design* de conférences. Vous ne connaissiez pas ce job ? Moi non plus !

Il nous a gratifiés d'un exposé de dix minutes sur les sushis, en exploitant Keynote à merveille. Un as, un pro quoi. Quand je lui ai demandé son prix pour un tel travail, la réponse a fusé : 1500 €.

Steve Jobs bénéficiait d'une armada de conseillers qui épluchaient chaque mot, scrutaient chaque virgule, traquaient chaque son, chaque effet visuel.

Vous et moi n'avons pas leurs moyens, et à 1500 € les dix minutes, prendre la parole devient un luxe.

Aussi, si vous n'avez ni le budget, ni l'équipe, visez l'efficacité.

---

6 Mon ami Paul Louka, chanteur, peintre, vitrailiste, poète, artiste au sens plein du terme, m'avait fait remarquer que seul Yves Montand pouvait laisser tomber ses finales, comme dans « à bicycletteuh ». C'était là sa marque de fabrique !

7 G. REYNOLDS, *Präsentationzen*, Pearson, 2008. Je vous recommande définitivement ce livre pour apprendre à exploiter les logiciels de présentation.

Guy Kawasaki, dans son irrésistible *Art de se lancer*,<sup>8</sup> livre quelques clés :

- Choisissez un fond sombre, car le fond blanc fait amateur et fatigue les yeux ;
- Des polices communes sans empattement. Vous ne commettrez pas d'erreur avec Arial. Taille des caractères : 30 ;
- Une animation sobre. *Pleaaaaase* : pas trois cent cinquante-sept effets différents ! Vous devez avoir bien peu à raconter si vous passez plus de temps à programmer des effets soulants plutôt qu'à peaufiner votre message de fond, à clarifier votre objectif ! ;
- Un seul niveau de puces ;
- Préférez la puce au bloc de texte et préférez le graphique, mieux, l'image, à la puce.

En d'autres termes, la liste à puces ci-dessus est le parfait exemple... à ne pas suivre.



Cette version passe la rampe :

- Fond sombre
- Arial 30
- Animation sobre
- Un niveau de puces
- Mieux : une image

La séquence suivante est offerte par mon ami Fred Ooms, des blogs [www.thebraintwist.com](http://www.thebraintwist.com) et [www.365missisons.com](http://www.365missisons.com). Ouf, c'est un cadeau !

<sup>8</sup> G. KAWASAKI, *L'art de se lancer*, Les Editions Diatino, 2006, pp. 87 et 88.

## LE CRIME DE L'ORATEUR



### 8. Volez avec les Aigles !

L'homme étant un être *polysensoriel*, exploitez ses cinq sens et vous ferez mouche : qu'il voie, entende, touche, goûte, hume et ressent. Élargissez le champ de son expérience, vous marquerez son esprit.

55 % des gens sont visuels, c'est-à-dire qu'ils décodent le réel essentiellement à travers ce registre sensoriel qu'est la vue. 15 % sont audi-



**tifs. 30 % sont kinesthésiques** et privilégient le ressenti, le toucher. Ils aiment aussi être touchés et le disent : « Cela me touche ».

Parlez aux cinq sens et aux deux cerveaux. Donnez des chiffres, des faits, du concret, à l'hémisphère gauche, de l'émotion au droit. Voir, à ce sujet, le chapitre intitulé *À cheval sur deux cerveaux*.

Racontez une histoire, illustrez par une analogie, une métaphore, montrez des photos, des images.

Et retenez qu'aucune présentation, même à 1500 € les dix minutes, ne compensera votre manque à être là, présent, pleinement présent dans l'instant, enthousiaste et énergique.

« Votre attitude et votre aptitude déterminent votre altitude », a dit Brian Tracy. Vous voulez voler avec les Aigles ? Alors, développez l'attitude juste, positive, dynamique. Elle correspond à 80 % de votre succès.

Et puisque **votre attitude est contagieuse**, si vous êtes ennuyé, vous serez ennuyeux. Si vous êtes enthousiaste, vous enthousiasmerez.

## 9. L'attitude marketing

« Oh ! Le vilain mot ! », diront certains, tant on lui fait porter bien des chapeaux : « marketing ». Pourtant, il est approprié. Tout comme un *marketeur*, mieux, un vendeur, vous allez vendre un message, une idée.

L'un de mes postulats de base est d'ailleurs qu'on vend tout le temps.

Si vous pensez qu'au foot, seuls les attaquants marquent des buts, vous vous leurrez.

Si vous pensez que seuls les vendeurs de métier, les délégués commerciaux, les représentants, les « Séraphin Lampion » de tous poils vendent, vous vous leurrez encore.

Chacun de nous vend, en permanence. Chaque geste, chaque mot, chaque silence de nous veut dire, demander, prouver, convaincre. C'est ce sourire que vous adressez à l'automobiliste qui vous laissera passer de la bande de gauche à celle de droite, cette main tendue à votre interlocuteur pour sceller, déjà, un embryon de collaboration, ce tailleur ou ce costume que vous avez choisi avec soin et qui parle de vous, vend votre image.

Si vous vendez, si vous *marketez*, **partez toujours du marché, donc des clients**. Vos clients ici : **le public**.

Plus haut, nous avons cerné les questions à se poser à son propos. Ce n'est pas suffisant.

Demandez-vous aussi comment préparer le public au mieux à votre exposé. Avez-vous remarqué que vous appréciez d'autant mieux un concert si vous connaissez les morceaux ? Qu'il est rassurant de savoir s'il y a ou non un entracte pendant cette pièce de théâtre ? Que c'est confortable d'avoir repéré le parking à proximité ?

Au début de ma carrière de formateur, j'accueille treize secrétaires communaux<sup>9</sup>. Vous allez penser que je ne forme que dans l'administration ! L'écume aux lèvres, ils arrivent tous en retard. Non seulement ils ont reçu la convocation – et non l'invitation ! – trois jours plus tôt, mais, en plus, l'adresse indiquée n'est pas la bonne. Ajoutez à cela le manque de places de parking et vous obtenez un cocktail Molotov.

Devinez qui est tenu pour responsable ? Bibi bien sûr ! Devinez qui reçoit les missiles ? Bibi *again*. Et devinez qui a l'impression d'être un *punching ball*...

Conclusion : **mettez le public dans un fauteuil**, facilitez-lui la vie, mâchez-lui la besogne. Remettez au goût du jour la chanson célèbre d'Yves Duteil, *Prendre un enfant par la main*, et substituez au mot « enfant » le mot « client ».

Si vous avez un droit de regard sur l'invitation, assurez-vous qu'elle part à temps. L'objectif est-il clair ? Quid du plan d'accès ? Du *timing* ? Autrement dit, le cadre est-il fixé ?

Le jour J, est-il aisé de trouver l'endroit ? Le bâtiment est-il fléché ? La salle est-elle fléchée ? Les toilettes sont-elles fléchées ? Propres ? Et surtout, avez-vous prévu du CAFÉ ? D'accord, c'est une boutade, mais quand même. Accueillez le public comme des amis à la maison. Ce jour-là – pour une fois ! –, tout est rangé, y compris les jouets de vos enfants. Vous avez prévu un apéro, histoire de désinhiber la compagnie et de briser la glace.

Si vos amis arrivent stressés, si votre public arrive stressé, qui sera responsable de la gestion du *stress* qui risque de contaminer l'ensemble des convives ?

Gravez-vous cette leçon dans le crâne : mettez-les dans un fauteuil !

---

9 En France, l'équivalent du secrétaire communal est le Directeur général des services.

## 10. Vous êtes un athlète !

Si vous pensez que parler en public est un exercice intellectuel, vous avez tort. C'est physique. C'est sportif. Vous nous épaterez par votre science si et seulement si vous nous emballez par votre éloquence.

Très récemment, un astrophysicien de renommée internationale est annoncé pour une conférence sur la place de l'homme dans l'univers. LE sujet. Le seul sujet vraiment. Toutes les autres questions m'ont toujours paru désuètes à côté du « pourquoi y a-t-il quelque chose plutôt que rien » déjà cité de Leibniz.

Je chamboule mon agenda en catastrophe pour assister à l'événement. Je me trompe d'endroit. Invitation mal fichue ? Heureusement, les organisateurs de l'événement ne sont pas ponctuels et je me retrouve, après une course folle, au premier rang face à LUI. Lui que j'ai lu, lui que j'admire, lui que je ne pensais jamais avoir l'occasion de voir d'aussi près.

Mais très vite, il semble que son onomatopée préférée est « euh. » Il piétine plus qu'il ne se déplace, et passe devant l'écran à maintes reprises. Comment un professeur d'université de cette envergure, de cette peinture, peut-il commettre de telles erreurs de débutant ?

Ce qui va vraiment tout gâcher, c'est quand il commence, avec nervosité, à regarder... sa montre !

Il l'a au poignet. Elle n'est même pas discrètement posée sur le pupitre ! Et il la regarde. Une fois. Deux fois. Trois fois. J'ai arrêté de compter... et eu l'impression de ne pas compter.

Avait-il un avion à prendre ? Un rendez-vous important ? Une chose est sûre : nous n'étions pas importants pour lui. Du moins, l'ai-je compris ainsi.

C'est un honneur d'être face à un public. S'il vous octroie respect et écoute, la moindre des choses est de le respecter aussi. Commencez donc par donner ce que vous avez envie de recevoir.

Bref, **soyez en forme le jour J**. C'est pour cette raison que vous devez vous gérer comme un véritable athlète.<sup>10</sup> Avez-vous une bonne hygiène de vie ? Quid de la qualité de votre sommeil ? De votre alimentation ? Pratiquez-vous un minimum d'activité physique ? Serez-vous un orateur en forme olympique ou un employé fatigué, usé par la pression, le *stress*, dopé par ses trois tasses de café quotidiennes, harassé ?

---

10 Lire, à ce sujet, le délicieux ouvrage d'A. GOUDSMET, *L'athlète d'entreprise*, Kluwer, 2002.

Être en forme pour délivrer votre message est une marque de respect à l'endroit du public. Vous lui devez ça. Vous lui devez de vous donner à fond... sans regarder l'heure !

On ne prend pas la parole sur la pointe des pieds, distraitement, comme ça, entre deux portes. On assume. Complètement. Être à la stalle de l'orateur est un privilège. Méritez-le.

## 11. Beau comme un camion

Dans *Convaincre en moins de 2 minutes*, Nicholas Boothman cite Coco Chanel : « Quand quelqu'un est mal habillé, vous remarquez ses vêtements ; mais s'il est vêtu impeccablement, vous le remarquez lui. »<sup>11</sup>

Vos vêtements parlent de vous. Votre coupe de cheveux aussi. Votre eau de toilette. Vos accessoires.

Posez-vous donc quelques questions-clés, et choisissez votre style :

- Quelle image est-ce que je veux donner de moi ?
- Quelle image donner de ce que je représente (organisation, comité, entreprise, etc.) ?
- Quels sont les tons, les couleurs, qui me mettent en valeur ? Quid des matières ? Et du confort ? Aurai-je l'air engoncé dans ce costume ou ce tailleur ?
- Suis-je à la mode ?

Boothman ajoute : « où désiré-je me situer sur l'échelle autoritaire-accessible ? » Et il préfère l'autorité à l'accessibilité, arguant que le centre n'est pas le bon choix.

Pour ma part, je préconise de s'habiller comme votre public, voire un peu « au-dessus ».

Fermez donc ce livre et **triez votre garde-robe**. Éliminez tout ce qui ne vous convient pas ou plus. Ce veston trop grand qui vous tasse. Cette jupe trop longue ou... trop courte ! Ces pantalons trop larges qui vous transforment en pachyderme. Cette ceinture à boucle, usée, qui témoigne de vos poids successifs.

Concentrez-vous aussi sur vos **chaussures** !

Je tombe souvent en arrêt – comme un véritable pointer anglais qui a repéré du gibier – sur des grolles vieillottes, assoiffées de cirage, moches

---

11 N. BOOTHMAN, *Convaincre en moins de 2 minutes*, Marabout, 2007, p. 156.

enfin et négligées, qui supportent le dernier costume à la mode. Pourquoi tant de raffinement de la pointe des cheveux à la cheville... et tant de manque de respect pour les pieds ?

Sans compter, Messieurs, ce qui m'irrite prodigieusement : VOS CHAUSSETTES BLANCHES !

Bon sang : où avez-vous donc appris que vos chaussettes de tennis « font joli » quand elles tranchent le sombre de votre *bas de caisse*, si cette expression vous parle plus ?

Des chaussettes de tennis, c'est fait pour jouer au tennis. POINT. Entre vos pompes grimaçantes, tenaillées par la soif, et vos pantalons défraîchis, vos chaussettes blanches sont le point d'orgue. Elles captent toute l'attention. Elles attirent les regards. Bref, c'est très laid. RE-POINT.

Attention aussi aux vêtements ou accessoires trop voyants, qui captent l'attention de votre auditoire... et la détournent de vous.

Les mots de Patricia Delahaie à ce sujet sont éclairants :

« Un langage corporel ouvert montre un buste dégagé ; les épaules sont bien droites et surtout, le cœur s'offre au regard. Évitez les vestes croisées, les écharpes, les superpositions de vêtements qui le cachent. Dégagez-le, ouvrez les gilets, redressez le dos pour offrir la poitrine : ce sera interprété comme un signe de confiance [...] Cette personne, doit-on se dire sur tous les plans, n'a rien à cacher : elle est bien dans son corps, sa peau et donc sa tête. »<sup>12</sup>

En 2005, j'ai eu le privilège de chanter en première partie d'Annie Cordy pendant sa tournée en Belgique. Et comme pour chaque concert, la question s'est posée, imposée : quel costume de scène choisir ?

Philippe, le batteur du groupe qui m'accompagnait, excellent de surcroît et vieux routier du *show business*, m'a alors conseillé ceci : **le costume idéal est celui que le public ne remarque pas.**

Ça explique probablement pourquoi tant de chanteurs optent pour la sobriété du noir. Toutefois, certains artistes prennent l'exact contre-pied de cette « théorie ». M, par exemple, qui se compose un personnage, ou Pascal Obispo en Capitaine Samouraï Flower.

Mais voilà, si vous n'êtes ni l'un ni l'autre, ne tombez pas dans le panneau. Celui de la chevalière notamment, ou de la gourmette !

La scène se déroule dans la salle de formation d'une grande entreprise belge. Un participant au séminaire déboule devant le groupe. Il est tiré

---

12 P. DELAHAIE, *Comment plaire en 3 minutes*, Leduc. S Éditions, 2010, p. 66.

à quatre épingles et parle en agitant les bras. Nous ne regardons que l'espèce de coup de poing américain qui lui tient lieu de chevalière : un machin énorme qu'il a sûrement ramené d'une année d'étude outre-Atlantique, qui envoie des étincelles partout !

Les étincelles vinrent heureusement aussi de son propos.

Et, s'il vous plaît, ne me parlez pas de Steve Jobs !

« When you're a business legend who is credited with reinventing the entire computer industry, you can show up in pretty much anything you want. »<sup>13</sup>

Cette phrase est de Carmine Gallo, l'auteur de *The Presentation Secrets of Steve Jobs: how to be insanely great in front of any audience*<sup>14</sup>.

Et il ajoute, avec Boothman, que nous devons nous habiller comme le *leader* que nous avons envie de devenir : en fonction de la position que nous voulons occuper, pas de celle que nous occupons.

Quant au choix des couleurs, si vous avez besoin de repères, sachez, comme le précise Lionel Bellenger dans *Sept minutes pour convaincre*, qu'au *hit-parade*, vous trouverez toutes les gammes du bleu, couleur préférée en Europe depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle.

« Le bleu, dit encore Bellenger, est consensuel, emporte l'adhésion, il est sage et raisonnable. Sa force est dans la stabilité, sa profondeur rassure et réunit.

Le blanc transmet quelque chose de clair, de pur, de propre, de net. Il confère de l'autorité, voire de l'intransigeance.

Le noir rend plus incisif. C'est le chic et l'élégance garantis. Mais le noir est ambivalent : il symbolise autant la transgression que la tempérance.

Évitez à l'inverse le vert (espérance, mais hypocrisie, instabilité, désordre), l'orange (vulgarité), le marron (négatif), le gris (mélancolie), le rose (insolence) et le rouge (orgueil, ambition, pouvoir). »<sup>15</sup>

Ces indications sont bien sûr à prendre avec des pincettes et un brin de bon sens. Quand mon ami Bruno, créateur de Body Concept Training, une franchise de *coaching* sportif à domicile, prend la parole, il arbore le noir et l'orange, les couleurs de son entreprise.

Comme toujours dans ces matières, la vérité est comme l'eau, elle prend la forme du vase dans lequel on la met...

---

13 « Quand vous êtes une légende du business, crédité d'avoir complètement réinventé l'informatique, vous pouvez vous habiller à peu près comme vous voulez. »

14 C. GALLO, *The Presentation Secrets of Steve Jobs: how to be insanely great in front of any audience*, Mc Graw Hill, p. 195.

15 L. BELLENGER, *Sept minutes pour convaincre*, ESF éditeur, 2006, p. 79.

Un dernier conseil emprunté à Bernard Blein dans son livre au titre explicite, *Prendre la parole en public* : « ne testez pas un nouveau *look* ce jour-là ! »<sup>16</sup>

J'ai donné. Une fois.

J'ai aussi testé les chaussures neuves et ai terminé comme Bourvil dans *La Grande Vadrouille*, après qu'il a échangé ses chaussures contre celles de Louis de Funès. Une épreuve, les amis.

Ah, j'allais oublier de vous dire d'avoir toujours, sur vous ou dans votre voiture, une tenue de rechange. Si vous êtes avisé, vous éviterez les plats en sauce avant de parler et vous bannirez les *spaghettis* à la bolognaise.

C'est parce que j'ignore superbement ce conseil depuis des années, conseil que je ne me prive pas de donner aux autres, que je connais désormais *Vanish*, un détachant. Je sais aussi qu'une tache de chocolat sur une chemise ne part pas comme ça et que *Vanish* ne fait pas de miracle à 8 h 50, quand vous démarrez votre intervention à 9 h !

Quoi qu'il en soit, choisissez qui vous avez envie de devenir et habillez-vous comme elle ou lui, soyez beau comme elle ou lui : beau comme un camion !

## 12. Pas chez le dentiste

Vous vous êtes donc couché tôt la veille, et vous arrivez sur le lieu de vos exploits futurs. Il est tôt, vous êtes carrément à l'avance : inutile d'ajouter du *stress* au *stress* en visant trop juste.

Vous empruntez le parcours de votre client, vérifiez que le « fauteuil est confortable » et demandez à une personne-ressource sur place de corriger le tir si nécessaire. À défaut de personne-ressource..., collez-vous à la tâche.

Un bon premier réflexe : **passez aux toilettes d'abord**. Et, après le pipi de circonstance, vérifiez et ajustez votre mise.

Installez alors votre matériel et TESTEZ TOUT ! Surtout si vous utilisez un projecteur. Si tel est le cas, avez-vous une MESORE, une MEilleure SOLUTION de REchange ? Êtes-vous capable de vous en tirer en cas de coupure de courant ?

Avez-vous testé les feutres ? Non ? Sachez qu'un sur deux est grillé ou non adapté. Patatras, les feutres sont prévus pour un tableau à papier...

---

16 B. BLEIN, *Prendre la parole en public*, Larousse, 2009, p. 108.

et vous disposez d'un tableau blanc. Patatras : c'est l'inverse ! Bigre, l'air conditionné est mal réglé. Un contre-jour empêche de voir ce qui est projeté. Vérifiez tout, vous dis-je. Le diable est dans les détails.

Prenez possession de l'espace. Créez un **ancrage spatial positif**. En effet, la salle est neutre à ce moment. Ni chaleureuse, ni hostile. Neutre.

Où êtes-vous le plus en confiance, à quel endroit ? Chez vous, bien sûr. Alors, comme un comédien prend ses repères sur un plateau, une scène, appropriez-vous la salle. Installez votre décor et bougez, déplacez-vous : que cet espace devienne VOTRE espace.

**Délestez-vous des objets parasites.** En athlète de haut niveau, vous ne montez pas sur le terrain avec un portefeuille dans une poche, de la monnaie et un trousseau de clés dans l'autre. Votre montre n'est plus au poignet, mais posée sur la table ou le pupitre. Mieux : il y a une horloge au fond de la salle, dans le dos du public. Remarquez : c'est excessivement rare.

Tout est testé et fin prêt, les premiers *clients* vont arriver.

Accueillez-les et créez de premiers liens, quitte à provoquer entre eux des échanges.

Le but : vous rassurer, les détendre, vous détendre. Brisez la glace aussi tôt que possible. Tout à l'heure, vous prendrez alors la parole face, non pas à un groupe compact, mais bien à des individus avec lesquels une première relation se sera tissée.

S'il s'agit d'une foule, avoir rencontré quelques personnes sera très certainement d'une grande aide pour la même raison : un lien aura été créé.

Si, *a contrario*, les gens se regardent en chiens de faïence comme lorsqu'ils attendent chez le dentiste, avant que ne démarre le *speech*, la conférence ou la formation, vous commencerez votre discours dans cette ambiance. Pas top.

Certes, ce scénario n'est pas applicable dans tous les contextes, mais, croyez-moi, chaque fois que c'est possible, enlevez votre blouse blanche et votre masque, éteignez la fraise et entrez dans la salle d'attente !

### 13. L'intention prime l'action

Vous avez donc bien dormi et êtes à l'avance pour accueillir votre public. Vous avez pratiqué quelques exercices de relaxation et de diction.<sup>17</sup> Un athlète s'échauffe. Vous aussi.

---

<sup>17</sup> Vous pouvez également utiliser le truc de Véronique Sanson : faire un vrombissement avec les lèvres en alternant sons graves et aigus.



Vous regardez l'auditoire. En silence. Vous souriez, car l'attitude est contagieuse et que c'est bien à vous de créer un cercle vertueux. Vous regardez chaque personne présente, s'il s'agit d'un petit groupe. Vous tirez des ficelles, comme disent les illusionnistes qui pratiquent le *close-up*, les tours de magie aux tables. Tirer des ficelles, c'est créer des liens virtuels de votre regard à leur regard. Votre but : créer une relation, un rapport.

S'il s'agit d'un grand auditoire, votre regard fixe des zones et pénètre le regard de quelques-uns. Puis, il se pose sur la régie, l'endroit où se tient l'ingénieur du son dans une salle de concert.

Mais surtout : dans votre tête, au plus profond de vous, **vous savez exactement, précisément, pourquoi vous êtes là**. Votre objectif est extrêmement clair !

Au théâtre, l'intention est première. Ici aussi. Quelle est l'intention du personnage quand il entre en scène ? Et la vôtre ?

Lorsque j'ai débuté dans ma carrière de formateur, un consultant senior m'a d'emblée mis la pression. En matière de formation à la *culture client*, son cabinet devait être perçu comme le meilleur. Et je le devais aussi ! J'ai demandé comment il le vérifierait et sa réponse a cinglé : grâce aux évaluations remplies, en fin de session, par les participants.

Mon objectif fut dès lors, chaque matin, d'obtenir de bonnes, d'excellentes évaluations.

Après quelques mois, je me suis rendu compte que c'était pervers. En effet, récolter de bonnes évaluations est relativement facile moyennant quelques trucs et ficelles. Cela ne signifie pas que votre prestation est de qualité. L'évaluation est éventuellement une conséquence de ladite prestation.

Et depuis, chaque matin, mon objectif – ou mon intention – est d'élever chaque participant. Je vous garantis que mon approche est différente, les résultats aussi !

Un après-midi, lors d'une formation, un participant a pour mandat de nous convaincre d'adhérer à son *hobby*. Il choisit l'*aïkido*. Au terme de l'exposé, je demande : « *Quel était ton objectif ?* » Réponse : « *Parler de l'aïkido.* » Je dis : « *C'est réussi, mais ce n'était pas le mandat ! Tu étais censé nous convaincre !* »

S'il avait eu pour intention de nous convaincre, il aurait abordé le sujet sous un autre angle, avec un autre *punch*.

Il y a cet employé aussi, qui se donne pour objectif de demander une augmentation au lieu... d'obtenir une augmentation !

Il y a Thierry qui, lors d'une séance de *coaching*, me parle de sa mère.  
« *Je ne connais personne d'autre qu'elle, dit-il, qui ait fait autant de mal avec sa bouche.* »

Je suis glacé.

À la séance suivante, il me raconte une énième altercation avec elle.  
« *Mais cette fois Fabian, je suis resté calme, je ne me suis pas emporté. Et ça l'a rendue folle !* »

« *Quelle était ton intention Thierry, demandé-je. Et si ton calme avait pour objectif de la faire sortir de ses gonds, justement ?* »

Thierry acquiesce.

On enseigne parfois aux gens qui doivent traiter les plaintes de clients mécontents à rester calmes, stoïques. On oublie seulement de leur dire de nourrir leur calme de l'intention juste, afin qu'il ne soit pas provocation. L'intention prime l'action. L'action exprime l'intention.

## 14. Faites comme si

Et voilà certainement une technique qui peut sembler simpliste, mais qui est redoutable.

Souvent, en effet, les personnes que j'accueille en formation disent avoir pour objectif – quand elles en ont un ! – de développer leur confiance en soi. Classique.

Tout d'abord, je m'assure que nous parlons bien de la même chose, à savoir la *confiance en soi* relative au **savoir-faire**, et non l'**estime de soi** relative au **savoir-être**.

Je peux ainsi avoir confiance en moi quand je conduis ma voiture, mais perdre toute confiance si je dois repasser une chemise ou faire un nœud de cravate. C'est du vécu, vous l'avez compris ! À tel point que, non seulement je n'ai jamais repassé de chemise, mais qu'en plus, les nœuds de mes cravates sont les œuvres soit de ma sœur, Violaine, soit de mon ami Serge, que je ne vois qu'une fois par an.

Plus sérieusement, l'estime de soi est le résultat d'une auto-évaluation : est-ce que je vis conformément à mes valeurs ? Suis-je fier de moi-même ? L'évaluation que je fais de mon action me valorise-t-elle ou non ? En résumé : est-ce que je m'apprécie ?

**Quand j'ai la maîtrise de la technique, la confiance suit.**

Mais la confusion des genres n'est pas rare.

Un soir, nous répétons « *On choisit pas sa famille* », au Théâtre du Vau-deville à Charleroi, sous la direction de Graziella de Villa.

Éric entre en scène au mauvais moment et se trompe de réplique. Graziella l'interrompt. Il peste : « *Oh Éric, t'es con !* » Elle le recadre gentiment : « *Stop à l'auto-flagellation.* »

En se traitant de « con », Éric a fustigé sa propre identité, **qui** il est, plutôt que de stigmatiser un comportement inadéquat. Comme on dit au foot, il a attaqué l'homme et non le ballon.

Mais revenons à ces participants qui, en formation, crient leur manque de confiance et attendent, de ma part, un miracle. Je ne suis ni leur thérapeute ni leur *coach*, seulement leur formateur, et j'ai très peu de temps. Je dois donc leur proposer l'approche la plus facile et la plus rapide à mettre en place : « faites comme si. »

Elle repose sur des principes chers aux « PNListes » ou maîtres-praticiens en PNL. La PNL, programmation neurolinguistique<sup>18</sup>, est, en très résumé, la modélisation de l'excellence. Il s'agit, par exemple, de modéliser les stratégies des meilleurs communicateurs, des meilleurs orateurs, ce que je tente à travers ce livre.

Or, en PNL, il y a l'index de computation, nom barbare qui renvoie à :

- nos EI ou **états internes**, notre ressenti, nos émotions ;
- nos PI ou **processus internes**, nos pensées ;
- et nos CE ou **comportements externes**, ce que nous faisons.

Pour les visuels, le schéma suivant sera plus clair :



Ces trois éléments sont en interaction en permanence. Si vous modifiez l'un d'eux, vous modifiez également les deux autres.

---

18 Vous trouverez la définition de la PNL au chapitre *Indices*.

Anthony Robbins, homme de communication par excellence, formateur internationalement reconnu, orateur hors-norme, a ces mots forts : « Motion creates emotion. » En d'autres termes, **une émotion est connectée au corps**, il n'y a pas d'émotion sans mouvement.

Si vous vous mettez dans la posture d'une personne déprimée, tête basse, épaules basses, regard bas, si vous ne souriez pas, si vous traînez les pieds, si votre voix, elle aussi, est basse, vous aurez tôt fait de vous sentir... déprimé !

Choisissez donc de respirer comme quelqu'un qui est en pleine confiance, de bouger comme quelqu'un qui est en pleine confiance, de parler comme quelqu'un qui est en pleine confiance, de regarder les autres comme quelqu'un qui est en pleine confiance, de serrer les mains comme quelqu'un qui est en pleine confiance, et... vous développerez cette confiance. « **Faire semblant précède faire.** »

Comportez-vous, en somme, comme la personne que vous avez envie de devenir. Rencontrez et fréquentez les gens qu'elle fréquente.<sup>19</sup> Parlez comme elle. Jouez ! Jouez d'abord. Jouez avant tout. Jouez pour devenir. Bien sûr, soyez réaliste. Du haut de mon mètre septante-quatre ou soixante-quatorze et à quarante-cinq ans, j'aurai beau *faire comme si* j'étais une vedette de la NBA, je resterai à jamais un spectateur. Spectateur de géants dont on se demande s'ils vivent sur la même planète et mangent la même nourriture que nous.

Le général Patton faisait *comme si*. Il était l'un des plus fins stratèges de la Seconde Guerre mondiale – le plus craint des Allemands – et s'entraînait tous les jours devant la glace à avoir sa « *war face* », son « visage de guerre ». Et lorsqu'il était devant ses hommes, des journalistes, ou l'ennemi, il donnait exactement l'image qu'il voulait avoir : celle d'un *leader* de guerre.

En 1992, je rentre au Cours Florent, à Paris. Un jour, au tableau d'affichage, je découvre l'annonce d'un compositeur à la recherche d'un auteur-interprète. Je saute *illico* sur mon téléphone et le contacte. Il m'apprend qu'un événement est prévu au sein de l'école, pour lequel les acteurs qui ont des talents de musiciens et/ou de chanteurs sont bienvenus.

Nous nous fixons un premier rendez-vous à l'école, rue Mathis.

Ce midi-là, je le vois descendre les escaliers pour me rejoindre. Ses yeux pétillent. Son sourire irradie. Il se déplace avec assurance, avec évidence. Une vraie *star* !

---

<sup>19</sup> Méditez ce propos de Jim Rohn : « *Vous êtes la moyenne des cinq personnes que vous fréquentez le plus.* »

Nous nous rencontrons à trois reprises, mais l'événement en question est annulé. Nous n'écrivons jamais ensemble.

Quelques années plus tard, je feuillette le *Nouvel Obs* et tombe sur une pub pour un spectacle : « Gad Elmaleh au Palais des Glaces. » Je reconnais le compositeur.

Gad faisait-il « comme si » au Cours Florent ? Il se comportait, en tout cas, comme la star qu'il avait envie de devenir, qu'il allait devenir.

## 15. « *Esse est percipi* »

On l'a vu, la première impression est déterminante, merci Monsieur Chevalier ! Mais comment la forger ?

Le philosophe Berkeley a eu ce propos fameux : « *esse est percipi* », « être, c'est être perçu. » Si les prestations d'un orateur n'entraient pas dans ses considérations, nous pouvons néanmoins nous laisser guider par ses mots.

Comme nous l'avons vu au chapitre précédent, « faites comme si. »

Il ne suffit donc pas, par exemple, d'être à l'écoute du public, il faut aussi le montrer, le faire percevoir : par des regards, par exemple, des hochements de tête, des sourires, etc.

Sachez en tout cas qu'en vendeur – que vous êtes ! –, vous avez 5 × 20 pour donner une bonne ou mauvaise première impression, pour être bien perçu :

- Les **20 premiers mètres** : êtes-vous énergique, calme, serein, ou angoissé, lymphatique, traînant la patte, exubérant ?
- Les **20 premiers centimètres du visage** : sourire ou « tronche de *cake* » ?
- Les **20 premiers gestes** : un geste par expression, cohérent avec le discours, ou des gestes saccadés, des grattements divers ?
- Les **20 premiers mots** : des mots choisis, des mots forts qui créent l'impact, ou des mots qui affaiblissent votre message comme « petit », « peut-être », « éventuellement », « normalement », sans compter les conditionnels comme « j'aimerais », « nous pourrions » ?
- Les **20 premières secondes** : je suis ici très optimiste car en général, la messe est dite bien plus tôt !

Votre auditoire, passé ces 5 × 20, vous colle alors une étiquette, vous range dans un bocal.

Intervient maintenant un autre phénomène : **la théorie détermine la perception**. Goethe dirait : « Je vois ce que je sais. »

En effet, le public, désormais, va essentiellement prendre en compte les ingrédients qui renforcent cette première impression, qui légitiment l'étiquette collée sur le bocal.

À cet égard, il est utile ici de commenter l'expérience d'Albert Mehrabian et sa règle des **trois V**, basée sur deux études publiées en 1967 :

- 7 % de la communication est verbale (par la signification des mots) ;
- 38 % de la communication est vocale (intonation et son de la voix) ;
- 55 % de la communication est visuelle (expressions du visage et du langage corporel).

Albert Mehrabian souhaitait « estimer l'importance relative des mots, de la voix et des expressions du visage dans l'établissement, l'appréciation ou le rejet de quelqu'un, par exemple lors d'un entretien d'embauche, d'un rendez-vous amoureux ou d'une opération de vente. »

Selon lui, « ces trois types de communication justifient la différence d'intérêt que l'on éprouve pour une personne qui parle de ses sentiments : les mots employés représentent alors 7 % de notre appréciation, l'intonation 38 % et le langage corporel 55 %.

Pour parler efficacement et significativement de nos émotions, ces trois formes de communication doivent correspondre entre elles. On parle de "congruence". Dans le cas contraire, la personne qui nous écoute peut être troublée par deux messages venant de deux façons différentes et se contredisant. »<sup>20</sup>

L'exemple suivant illustre bien l'incongruence, soit le manque de congruence, entre la communication verbale et non verbale :

Verbale : « Je suis tout à fait d'accord avec vous », me dit un *coaché*, directeur d'une multinationale au *curriculum* long comme un rouleau de papier peint.

Non verbale : sa tête fait non !

Il y a un autre exemple plus courant encore et détestable : celui de la personne qui vous serre la main et vous grommelle un bonjour sans vous regarder.

Selon la règle des 3 V, vous serez plutôt attentif, dans ces deux cas, à la communication non verbale qu'aux mots employés.

---

20 Source : Wikipédia

Restons prudents. Les chiffres de Mehrabian ont été déclarés exagérés et suspects par Judee Burgoon, David Buller et Gil Woodall.<sup>21</sup> Les consultants de DCMG consulting & training<sup>22</sup> les citent : « l'impact relatif du langage non verbal et verbal dépend beaucoup du contexte, [...] et lors d'une présentation importante comme une conférence, le langage du corps passe de 55 % d'impact à 32, le ton de la voix de 38 à 15, et les mots, de 7 à 53 ! »

En conclusion, que Mehrabian ait vu juste ou non, retenez qu'un bon orateur est bel et bien congruent : ses mots, sa voix et son comportement disent la même chose, et ce, quels que soient les ratios dévolus à ces différents items.

Il dégage aussi de l'assurance, de la confiance en soi.

Souvenez-vous. Quand vous étiez au lycée, à l'athénée ou au collège : chez certains professeurs, votre classe était silencieuse, respectueuse. Chez d'autres régnait le chaos. Le professeur est donc aussi responsable de l'attention qu'il reçoit.

Une autre conclusion pourrait être : je suis *toujours déjà* en train de dire à l'autre comment se comporter avec moi.

Comme on le dit dans ma région : « c'est todi li p'tit qu'on spotche », ce qui signifie que le prédateur s'attaque toujours au plus faible.

Une preuve éclatante nous en est d'ailleurs donnée grâce à une étude publiée par *Criminal Justice and Behaviour* : les individus psychopathes perçoivent la vulnérabilité des personnes dans leur démarche.

« Ainsi, tout comme les psychopathes sont une catégorie de personnes bien particulières, les victimes aussi sembleraient avoir des caractéristiques communes », explique *Psychology Today*.

Depuis longtemps déjà, les psychologues savent que plus une personne est psychopathe, plus elle identifie facilement la victime potentielle. Grâce à cette étude, on sait maintenant qu'elle le fait en observant sa démarche. Angela Book et Kimberly Costello, de la Brock University, ont réalisé une étude dont le but était de déterminer si les psychopathes ont plus de facilité à reconnaître la vulnérabilité d'une personne à travers sa démarche, explique Manic Monday. On a donc montré à des individus psychopathes des vidéos où l'on voyait des personnes marcher, filmées par-derrière. Les psychopathes devaient ensuite dire s'il était facile, ou

---

<sup>21</sup> J. BURGOON, D. BULLER et G. WOODALL, *Nonverbal Communication*, MacGraw-Hill, 1996, pp. 136 et 137.

<sup>22</sup> <http://www.dcmg.fr>

pas, d'agresser la personne en question. Parmi les douze personnes filmées en train de marcher, certaines avaient vraiment été agressées. Et les psychopathes ont pu les reconnaître.

Mais qu'est-ce qui, alors, apparaît aux yeux des psychopathes comme un signe de vulnérabilité ? Les individus choisiraient les victimes en fonction d'une série de signes corporels, comme la longueur du pas, la façon dont on transfère le poids du corps, et comment on soulève le pied. Dans l'ensemble, ces signes corporels permettent au psychopathe de se faire une idée de la confiance en soi de la victime. Parmi les signes du corps qui témoignent d'un manque de confiance en soi, on trouve aussi le regard fuyant, le gigotement des mains et des pieds, ainsi que l'absence de grands gestes quand on change de position. »<sup>23</sup>

Bref, si vous voulez que le calme règne dans l'auditoire : APPRENEZ À MARCHER !<sup>24</sup>

## 16. Soyez remarquable

Prendre la parole en public, c'est dire, parfois, ce que les autres pensent plus bas, c'est accomplir un acte, c'est agir en *leader*. Ce n'est pas gratuit.

Si vous êtes un *leader*, vous devez résonner comme un *leader* dans chacun de vos discours. Vous devez parler comme un *leader*, vous distinguer donc. Être un bon communicateur, un bon orateur, ne suffit pas. Les *leaders* parlent pour faire UNE DIFFÉRENCE.

Démosthène, le père des orateurs grecs, livre **les quatre éléments d'un grand discours** :

1. Une personne remarquable ;
2. Un événement remarquable ;
3. Un message remarquable ;
4. Une élocution remarquable.

Être une personne remarquable signifie que vous donnez le meilleur de vous-même, pas que vous dirigez un état ou une multinationale. Soyez passionné et donc passionnant.

Un événement remarquable implique aussi de décliner – quand c'est possible ! – certaines invitations à prendre la parole. Le contenu, ici, vaut le contenant.

---

<sup>23</sup> <http://www.slate.fr> : « Comment les psychopathes choisissent leurs victimes ».

<sup>24</sup> Dans certains cours de *self-defense*, il s'agit même de la première leçon !



Un message remarquable, ce n'est ni plus ni moins qu'une idée forte, puissante, pour changer la vie des gens, même de façon minimaliste. Il est exprimé dans un langage très clair, remarquable lui aussi. Choisissez le chemin le plus court pour toucher l'auditoire, et passez votre discours au crible de ces trois mots chers aux Américains : « less is more ».<sup>25</sup> Nous y reviendrons.

Une élocution remarquable repose sur divers piliers, dont certains vous sont déjà familiers par la lecture de ces pages : ancrer ses pieds dans le sol, garder un contact oculaire avec le public, et bien sûr, projeter la voix. Plus que d'art déclamatoire, il est question ici de se projeter soi, de projeter son soi authentique.

Si vous aspirez à devenir un *leader*, vous savez désormais qu'être bon orateur, ce n'est simplement pas assez. Soyez exceptionnel !

Vous êtes LE message. C'est aussi ça la congruence. Certes, vous pouvez adapter votre message à différents publics. Vous pouvez troquer une anecdote contre une autre, privilégier un mot au détriment d'un autre, une tournure de phrase.

Mais vous ne pouvez pas vous changer VOUS. Et chaque fois que vous prenez la parole, vous dites à l'auditoire qui vous êtes.

Un conseil à ce sujet : filmez-vous. L'exercice est fort et rend... terriblement humble...

Visionnez alors la vidéo en baissant le volume et en ne regardant que votre visage et vos yeux. Puis, regardez à nouveau en avance rapide pour identifier les mouvements, les gestes. C'est éclairant.

## 17. Trois types de discours

Les *leaders*, dit Christopher Witt dans son livre – remarquable – *Real leaders don't do PowerPoint*<sup>26</sup>, ne s'expriment en public que pour trois raisons :

1. **Identifier** : dire aux gens qui ils sont, ce qui les rend uniques ;
2. **Influencer** : façonner ce qu'ils pensent et ressentent ;
3. **Inspirer** : leur donner envie d'agir.

Si vous voulez travailler sur l'**identité** du groupe, pointez ce que vous avez en commun avec lui. Mettez en exergue ce qu'ils ont en commun

---

<sup>25</sup> « Moins, c'est plus. »

<sup>26</sup> C. WITT, *Real leaders don't do PowerPoint*, Crown Business, 2009.

les uns avec les autres : leurs valeurs, leur histoire, leur mission. Dites-leur en quoi ils sont différents et challengez-les pour faire mieux encore. Un *speech* destiné à **influencer** – je n'ai pas dit « manipuler », mais je sais que vous y pensez et vous avez raison ! – exige du *leader* qu'il soit capable de partager sa vision avec son public. C'est le fameux « I have a dream » de Martin Luther King.

De façon plus prosaïque, c'est aussi quand Steve Jobs, toujours lui, nous disait ce que la technologie pouvait faire pour nous. « Mille chansons dans votre poche », par exemple, pour vendre l'iPod. Le tour était joué : le public voyait ce que Jobs voyait et il aimait ça. Steve Jobs partageait sa vision, car il était capable de la rendre concrète, spécifique, évocatrice et séduisante, fascinante.

Étymologiquement, **inspirer** vient du latin *inspirare*, de *in*, en, dans, et *spirare*, souffler. Bref : *souffler dedans*.

Et si vous souhaitez souffler de la vie, de la vitalité au cœur même de votre audience, vous n'y arriverez pas en leur donnant des instructions, en leur infligeant des procédures. Vous y parviendrez en leur offrant une motivation réelle, mieux, une raison, une cause, un véritable désir d'agir. « Si vous voulez construire un bateau, il est inutile de réunir des hommes, de leur donner des ordres et de répartir les tâches. Donnez- leur simplement l'envie de partir à la découverte des mers lointaines », a dit Antoine de Saint Exupéry.

Sachez qui est votre public. Sachez quelles sont ses peurs, ses frustrations, et, plus important encore, ses espoirs et ses rêves. Ne lui dites pas ce qu'il devrait faire ou penser. Donnez-lui envie de poser des ACTES.

## 18. Devenir charismatique ?

Les *leaders* qui ont du charisme, dit Lionel Bellenger dans *Sept minutes pour convaincre*, « sont visionnaires, donnent du sens, parlent de l'avenir. [...] Il n'y a pas de charisme sans sens élevé des responsabilités, une bonne assise morale et une vision constructive, humaine et tolérante des autres. »<sup>27</sup>

L'état d'esprit d'une personne charismatique, ajoute-t-il, repose sur les dix principes suivants :

1. Croire en soi ;
2. Accepter de délibérer avec soi-même ;

---

<sup>27</sup> *Op. cit.*, pp. 89 et 90.

3. Évaluer son propre désir ;
4. Se construire sa conviction ;
5. Faire preuve de générosité ;
6. Être disponible ;
7. Accepter de faire des efforts ;
8. Se faire confiance quoi qu'il arrive ;
9. S'appuyer sur ses réussites ;
10. Rebondir après un échec.

Plus prosaïquement, vous trouverez, dans Wikipédia, la définition suivante du charisme : « une aura indéfinissable que possède quelqu'un, souvent liée à sa prestance, qui est capable de susciter l'adhésion, la fascination d'un grand nombre de personnes. »

Comment développer cette espèce de magnétisme ? Pouvons-nous l'acquérir ?

Je ne le pense pas. Il s'agit plutôt d'un don.

Cela dit, vous pouvez, à défaut de le posséder, vous en approcher en étant **pleinement vous-même** et en établissant une **véritable connexion** avec votre public.

Pour être soi-même, songez à tout ce qui vous rend unique : votre *look*, vos valeurs, vos croyances, votre expérience, votre humour, tout ce qui vous permettra d'obtenir et l'attention et le respect de l'auditoire.

Soyez aussi présent ***hic et nunc***, ici et maintenant. Avoir de la présence, c'est ça. Être là, concentré sur l'instant et uniquement sur l'instant, sans distraction aucune, sans autre préoccupation que votre public et ce que vous partagez avec lui.

Les deux meilleures manières d'être présent ici et maintenant sont d'être conscient de sa **respiration** et de **rire**. C'est aussi pour ça que le public apprécie les orateurs qui rient d'eux-mêmes ou le font rire

Ah, j'y songe, il y a un troisième moment : quand vous pleurez.

Soyez **intéressé**. Vous le savez désormais : votre attitude est contagieuse. Si vous êtes ennuyé, je le répète, vous devenez ennuyeux et vous ennuyez. Si vous êtes enthousiaste, vous enthousiasmez. Ne parlez dès lors JAMAIS d'un sujet dont vous n'auriez pas, vous-même, envie d'en savoir plus ou que vous ne maîtrisez pas suffisamment. « Ce dont on ne peut parler, a dit Ludwig Wittgenstein dans son *Tractatus logico-philosophicus*, il faut le taire. » Je doute fort qu'il ait eu la prise de parole en public dans la tête quand il a écrit cet aphorisme, mais ça me parle !

Soyez **libéré**. Ne prenez pas la « posture de l'orateur », celui qui se rigidifie, réfléchit à chaque geste, à chaque regard, contrôlant jusqu'au battement de ses paupières.

C'est là l'erreur la plus flagrante que j'observe quand j'anime des formations sur les techniques de présentation.

Un matin, par exemple, Suzanne se porte volontaire pour essayer les plâtres. Elle veut être la première à présenter son projet afin d'évacuer ses peurs, ses angoisses.

Les tables sont disposées en U, mais une table, située au centre, légèrement en retrait, a été installée pour déposer mon ordinateur portable et le vidéoprojecteur.

Suzanne, qui a tout le loisir de se positionner devant ladite table et de se rapprocher ainsi de son public, préfère « s'abriter », se retrancher derrière.

Droite comme un I, elle masque l'écran sans s'en rendre compte. Comme quoi, l'empathie, c'est se demander en permanence comment cela se passe du point de vue du public, se mettre dans ses souliers.

Les doigts de Suzanne s'entremêlent. Elle regarde droit devant elle et parle. Les diapos défilent, les paroles aussi. Sur le même ton. Si Suzanne écrivait comme elle nous parle, elle écrirait au kilomètre, sans jamais aller à la ligne, presque sans ponctuation.

Elle explique son projet d'entreprise pour aider les seniors, mais ne nous convainc pas.

Au terme de son exposé, je fais mine de couper la caméra et lui demande, comme de coutume, de s'autoévaluer à chaud.

Surprise : Suzanne se lâche alors. La parole se libère d'abord, puis les mains et les bras, les jambes enfin, tout le corps. Je filme toujours, l'air de rien, caméra benoîtement posée devant moi.

Lors de l'analyse de la vidéo, je lui annonce la bonne nouvelle : je vais lui montrer l'oratrice que je lui souhaite de devenir, qu'elle est déjà sans le savoir.

Ce « truc », je l'ai utilisé souvent, et souvent avec le même bonheur. Quand la caméra s'arrête, quand le participant redevient participant, quittant le « rôle » de l'orateur, mais demeurant pourtant debout, au même endroit, face au public, il se relâche, redevient lui-même et donc intéressant. Comme Suzanne.

Parler en public, c'est *presque* comme parler à des proches dans son salon ou sa cuisine.

Souvenez-vous : « less is more. » N'essayez pas d'en faire trop, de jouer à l'orateur.

Pour mieux comprendre le propos, allez donc voir des comédiens *très* amateurs. Je n'ai rien contre le théâtre amateur, j'ai commencé par là. Simplement, il est souvent le lieu du sur-jeu.

Le plus beau compliment qu'on puisse faire à un comédien est qu'il est « juste ». « Théâtral »<sup>28</sup> est la pire injure ! Si vous êtes théâtral, vous sur-jouez. Si vous sur-jouez, le public voit le comédien, pas le personnage, et il se déconnecte

**Soyez connecté**, vraiment connecté. Établissez un rapport, un lien, en regardant les gens dans les yeux, sans fixer bien sûr ! Parlez-leur comme s'ils étaient des amis. Incarnez chaque mot. Ne vous mettez surtout pas à distance de votre discours.

Cachée derrière sa table, Suzanne se mettait physiquement à distance de nous.

L'orateur qui lit ou récite par cœur se propulse plus loin encore. Il a pris soin, la veille, de figurer chaque phrase, de soigner son style quitte à en devenir précieux, et il dit son texte plus qu'il ne nous parle ou ne nous raconte une histoire. Les mots ruissellent mais ne pénètrent pas. Ils n'ont pas de couleur, pas de chair, pas d'âme. Ils sont creux.

**Soyez ancré**, planté dans le sol, enraciné. Si vous vous déplacez, faites-le avec un objectif clair en tête : aller solliciter l'aile gauche de l'auditoire, vous approcher de telle personne qui semble s'endormir, revenir au centre pour conclure votre exposé, etc.

Quand Federer et Djokovic s'affrontent en finale d'un tournoi du grand chelem, croyez-vous qu'ils croisent les jambes pour se préparer à retourner des services ? Avez-vous déjà observé un *sumotori* croisant les jambes pendant la lutte ? Non, bien sûr. Alors, expliquez-moi pourquoi Nathalie, qui a succédé à Suzanne, a croisé les jambes sans arrêt !

Si vous voulez être stable dans votre tête, soyez STABLE SUR VOS QUILLES.

## 19. « Excusez-moi, excusez-moi, excusez-moi »

« High risk, high return », disait M. Shankerman, notre professeur de microéconomie. Il ajoutait : « low risk, low return, no risk, no return ».

---

<sup>28</sup> La connotation péjorative du mot « théâtral » est injurieuse. Il y a néanmoins des comédiens théâtraux et géniaux !

À ma droite, un dessin est placardé au mur, un dessin qui a frappé mon imagination. Des milliers de moutons se pressent les uns derrière les autres. Ils ne voient pas que quelques mètres plus loin, un ravin les attend, où des moutons tombent déjà, par dizaines.

Au milieu du troupeau, l'un d'eux va à contre-sens et dit « excusez-moi, excusez-moi, excusez-moi... »

**Si vous êtes un *leader*, vous prenez des risques**, vous ne suivez pas le troupeau.

Des orateurs médiocres, il y en a à foison. Ce qu'ils disent, comment ils le disent, est propre ou à peu près, attendu souvent, pétri de lieux communs, de platitudes.

**Si vous voulez sortir du lot, soit vous dites quelque chose de différent, soit vous le dites différemment.**

Envisagez un nouvel angle d'attaque, donnez un éclairage particulier, unique. Je ne vous encourage pas à heurter pour heurter, à scandaliser pour le principe. Non. Mais battre en brèche le prêt-à-penser.

Le 2 juillet 2011, Albert de Monaco a convolé en justes noces avec Charlene. La belle affaire !

En jetant un œil d'abord distrait aux commentaires des journalistes du 20 heures, je me suis dit : « Que demande le peuple ? Du pain, des jeux... et des mariages princiers. »

Les commentateurs rivalisaient de superlatifs, les invités (de prestige, s'il vous plaît !) aussi : « que d'émotion, que d'émotion dans les larmes de Charlene » ; « la ferveur des monégasques » ; « l'amour qui unit deux êtres », etc.

Leur angélisme béat m'a proprement sidéré. Ils nous donnaient, croyaient-ils sûrement, ce que nous voulions recevoir : des mots dégoulinants, propres sur soi, des propos sans aspérité, lisses comme des genoux de jeune fille, aurait dit mon père. Écoeurant.

Quiconque a regardé les images de l'événement avec une once de neutralité a vu autre chose : Charlene perdue, ailleurs, tellement loin dans ses pensées, à des kilomètres de son fiancé de prince. À peine un regard échangé entre eux. Complicité ? Néant ! Amour ? Oui, au sens lacanien alors : « l'amour, cette escroquerie, cette imposture ».

Quant à la ferveur des Monégasques... Venez donc au Doudou, à Mons, le dimanche de la Trinité ! Je vous montrerai ce que c'est que la ferveur ! Cette fête, au même titre que le Palio de Sienne ou que la San Firmin, la course de taureaux de Pampelune, illustre LA ferveur populaire. À côté

de ça, celle des Monégasques ressemble à la joie toute contenue d'une femme à qui on vient d'offrir un poêlon en guise de cadeau de fête des Mères ! Euh... J'ai honte, mais j'ai bien ça à mon actif... Je devais avoir huit ou dix ans.

Tout ça pour vous dire qu'être un *leader*, c'est aussi avoir du courage. Nous y reviendrons. Le courage, par exemple, d'aller à contresens même si le bon sens, la norme, bête bruyamment.

Excusez-vous, excusez-vous, excusez-vous !

## 20. Une Joyeuse Sortie

Votre public est encore sous le choc, celui de vos mots *criminels*, et sous le charme, le vôtre.

Votre exposé avait démarré de façon nette, précise, carrée. Vous allez le terminer de façon nette, précise, carrée.

Si vous n'avez pas scrupuleusement préparé votre sortie, les mots qui vous viendront seront convenus ou hoquetant. Ou encore, ils plairont aux *aficionados* du groupe Téléphone : « Voilà, c'est fini », disent la plupart des orateurs en mal d'inspiration. Et souvent, ces mots-là arrivent *ex abrupto*. L'orateur ne nous a pas préparés à la sortie, et nous sommes presque hébétés, surpris en tout cas, tant la fin est brutale.

Une autre erreur consiste à finir de façon « prostatique » : on croit que c'est fini, mais il en vient encore. Horripilant.

Enfin, tâchez, lors de votre sortie, d'être positif. Le cerveau éprouve des difficultés avec les négations. Le truc classique, pour le démontrer, est de vous demander, pendant cinq secondes, de NE PAS DU TOUT PENSER À UN ÉLÉPHANT.

Verdict ? Ne me dites pas que vous avez vu une poule (on me l'a déjà faite), je ne vous croirai pas.

La prochaine fois que vous partez en soirée sans votre compagnon ou compagne, tentez donc cette formule : « Ne t'inquiète pas, chéri(e), je ne regarderai pas les autres femmes/hommes. » Ça va secouer !

Dit comme cela, il vous semble évident désormais de privilégier des mots positifs et forts pour ponctuer votre discours.

Visiblement, tout le monde n'est pas de cet avis.

Le 2 mai 2007, Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy débattent entre les deux tours de l'élection présidentielle.

La conclusion de Sarkozy (*texto*, je viens de vérifier sur You Tube !) est la suivante :

« Et si les Français me font confiance, je ne les décevrai pas, je ne les trahirai pas, je ne leur mentirai pas. »

Quelques jours plus tard, alors qu'il vient d'être élu, il remet le couvert place de la Concorde !

Étonnant.

Cela s'appelle « marcher sur la queue du tigre qui dort. »

Bien sûr, les règles sont faites pour être contournées, même les règles d'or, même la règle des mots positifs et forts.

Dans le cas de Sarkozy, je continue de ne pas comprendre...

Mais revenons à Horatio Caine, notre expert roux « armanisé ». Quand les cinquante-deux minutes du feuilleton sont presque écoulées, vous vous entendez dire, à celle ou à celui qui partage votre soirée : « fini ».

Le réalisateur a donc bien fait son boulot : il a amené la fin. Changement de cadrage, changement d'atmosphère, de musique et de rythme. Tout nous dit que le générique va bientôt signer l'épisode.

Si vous êtes un orateur de premier plan, un orateur *criminel*, vous aussi, vous allez vous fendre d'un scénario hollywoodien. Vous allez **ralentir le débit**, vous repositionner progressivement au **centre**, regarder l'auditoire, lui offrir un silence, et enfin lâcher vos derniers mots. Des mots qui tuent bien sûr. Des mots adhésifs. Des mots qui accrochent, qui émeuvent, qui touchent ou interpellent. Des mots forts, inspirés, inspirants.

Vous pouvez même ponctuer le tout par un « *merci de votre attention* » bienvenu. Car, après tout, le public vous a fait le cadeau de vous écouter.

J'ai dit « *merci de votre attention* » et non « *merci pour votre attention* », faute allègrement commise par les conférenciers qui ont oublié que l'on remercie *pour* quelque chose de concret et *de* quelque chose d'abstrait.

Les applaudissements suivront, naturellement. Vous saluerez modestement, mais saluerez quand même. Vous savourerez l'instant. C'est chaud des applaudissements quand ils sont spontanés, quand les mains battent fort et que les sourires illuminent les visages. Vous savez alors que vous venez de vivre un vrai moment de partage. Un moment évanescent bien sûr, évanoui déjà, beau et donc éphémère.



De partage, il en fut bien question le 28 août 1963, au Lincoln Memorial à Washington D.C., États-Unis, le jour du discours fameux de Martin Luther King.

Il n'a pas articulé ses derniers mots après un silence. Non. Ses mots ont grandi, il s'est grandi, la voix devenant toujours plus pleine, plus ample, plus puissante. Il s'est gonflé comme une vague et s'est retiré sur sa crête. Éblouissant.

Voici, pour mémoire, la traduction des derniers paragraphes.

« J'ai un rêve aujourd'hui.

J'ai un rêve qu'un jour, chaque vallée sera levée, chaque colline et montagne sera nivelée, les endroits rugueux seront lissés et les endroits tortueux seront faits droits, et la gloire du Seigneur sera révélée, et tous les hommes la verront **ensemble**.

Ceci est notre espoir. C'est avec cet espoir que je rentre dans le Sud. Avec cette foi, nous pourrons transformer les discordances de notre nation en une belle symphonie de fraternité. Avec cette foi, nous pourrons travailler **ensemble**, prier **ensemble**, lutter **ensemble**, être emprisonnés **ensemble**, en sachant qu'un jour nous serons libres.

Quand ce jour arrivera, tous les enfants de Dieu pourront chanter avec un sens nouveau cette chanson patriotique, « Mon Pays, c'est de toi, douce patrie de la liberté, c'est de toi que je chante. Terre où reposent mes aïeux, fierté des pèlerins, de chaque montagne, **que la liberté retentisse**. »

Et si l'Amérique veut être une grande nation, cela doit se faire.

Alors, **que la liberté retentisse** des grandes collines du New Hampshire.

**Que la liberté retentisse** des montagnes puissantes de New York.

**Que la liberté retentisse** des Hauts Alléghéniens de la Pennsylvanie !

**Que la liberté retentisse** des Rockies enneigées du Colorado !

**Que la liberté retentisse** des beaux sommets de la Californie !

Mais aussi **que la liberté retentisse** des Stone Mountains de la Géorgie !

**Que la liberté retentisse** des Lookout Mountains du Tennessee !

**Que la liberté retentisse** de chaque colline et de chaque taupinière du Mississippi !

**Que la liberté retentisse !**

Quand nous laisserons retentir la liberté, quand nous la laisserons retentir de chaque village et de chaque lieudit, de chaque état et de chaque ville, nous ferons approcher ce jour quand tous les enfants de Dieu, Noirs

et Blancs, Juifs, Catholiques et Protestants, pourront se prendre par la main et chanter les paroles du vieux spiritual noir : “**Enfin libres ! Enfin libres !** Dieu tout-puissant, merci, nous sommes **enfin libres!**” »

On le voit, Martin Luther King maîtrise aussi l'art de la répétition. Il prononce « Let freedom ring » (« Que la liberté retentisse ») dix fois. Sans compter les six « together » (« ensemble ») et, plus tôt dans le discours, les trois « one hundred years later » (« cent ans plus tard »), les huit « I have a dream » (« J'ai un rêve »), les quatre « Now is the time » (« Il est temps maintenant »), et les trois « free at last » (« enfin libres »). Carrément brillant.

Pour être très exact, il s'agit même plus d'une anaphore que de la *simple* technique de répétition.

Les élections présidentielles françaises de 2012 ont d'ailleurs permis au grand public de découvrir ce joli mot.

Lors du débat qui a opposé cette fois, entre les deux tours, Nicolas Sarkozy à François Hollande, ce dernier s'est lancé dans son fameux « moi, Président de la République... », qu'il a scandé quinze fois !

Une autre bien jolie technique consiste à boucler la boucle, à emballer votre exposé dans un ruban à nouer bellement.

Par exemple, quand j'anime une formation sur la communication (cullotté de se citer soi-même après le morceau d'anthologie de M.L.K. !), j'aime ouvrir le bal en citant la formule de Brian Tracy que vous connaissez déjà : « Votre attitude et votre aptitude déterminent votre altitude. » Et j'enchaîne : « Aujourd'hui, vous allez voler avec les Aigles ! »

En fin de journée, je rappelle la maxime aux participants, je la leur fais dire. Exactement comme un chanteur qui donnerait les premiers mots d'un refrain pour que le public l'entonne avec lui, mieux, sans lui. Et ça marche !

« Puisque vous voulez voler avec les Aigles, ajouté-je, je vous offre mes vers préférés de Guillaume Apollinaire :

« Venez au bord de la falaise », dit-il.

« Nous avons peur », dirent-ils.

« Venez au bord de la falaise », dit-il.

Ils sont venus. Il les a poussés. Ils ont volé.

Merci et beau vol à tous ! »

Soignez votre sortie. Peaufinez-la. Il s'agit de votre ultime empreinte, de votre signature. Souvenez-vous du nombre ahurissant d'essais commis jadis, pour trouver, choisir votre signature. Vous vouliez qu'elle parle de vous, qu'elle soit à votre image. Depuis, elle a ponctué tous les grands événements de votre vie, de ce premier emprunt signé à la banque pour acheter votre première voiture, à votre contrat de mariage.

Ne galvaudez donc pas la signature de votre discours.

Au besoin, prévoyez même **deux sorties**.

En effet, si votre discours est suivi d'un débat avec le public ou simplement d'une séance dédiée aux questions-réponses, vous devrez aussi conclure ce moment-là. Il s'agira bien d'une deuxième sortie.

Et croyez-moi, comme au théâtre, ce qui n'est pas répété... foire !

C'est ce qui est arrivé à mon ami Dominique.

Il voulait épater le ban et l'arrière-ban de son entreprise, et tout son aréopage, lors d'une mise à la pension doublée d'un jubilé : l'un s'en va, d'autres fêtent leur longévité dans l'entreprise.

Je *coache* Dominique comme jamais. Je parviens presque à le faire chanter pendant son *speech*. Presque.

Et il performe, mon poulain, ce soir-là. Il sidère son public, guère habitué à de telles envolées de la part de son ingénieur de patron.

Sauf que.

Sauf que Dominique a oublié de me préciser qu'après le discours, il y a la remise des médailles.

Moment non anticipé, moment non préparé, moment foiré. Et zou, la sortie devient glissade, la dernière impression gâche la bonne première. Dommage Domi, mais cette prestation reste quand même un grand moment.

Ah ! Surtout, sortez à temps. Si le public s'attend à vingt minutes de discours, visez dix-huit. Jamais vingt et une ! Sortez à temps, sortez avec élégance, et gratitude.

En Belgique, on a dit du couple de Philippe de Belgique et Mathilde d'Udekem d'Acoz qu'il faisait une Joyeuse Entrée dans certaines villes. Les futurs (?) souverains se montraient au peuple, donnant lieu à des fêtes, à des réjouissances.

Orateurs, montrez-vous souverains et gratifiez-nous... d'une Joyeuse Sortie !

## 20 POINTS À RETENIR AVANT DE PARTIR !

1. Commencez votre intervention par une **entrée forte** qui capte d'emblée l'attention de votre public : une citation, une anecdote, un chiffre, une vidéo...
2. Gardez toujours votre **objectif** en tête : pourquoi êtes-vous là, que visez-vous, comment saurez-vous que votre mandat est accompli ?
3. Préparez-vous, **préparez TOUT**. Préparer un exposé, ce n'est pas uniquement faire des diapos, c'est **répéter** aussi ! Combien de fois ? Si vous visez une VRAIE performance : **vingt-cinq fois** !
4. **Analysez le public** comme un marketeur segmente un marché. Mieux vous savez à qui vous vous adressez, mieux vous affûtez votre message.
5. La logistique, le matériel didactique, la salle, ici encore, préparez tout. Et si possible, comptez sur la collaboration d'une **personne-ressource** dont vous gardez précieusement le numéro de portable.
6. **Structurez** votre exposé. Une technique classique, aussi utile pour improviser, est de : dire ce que je vais dire, le dire, dire que je l'ai dit.
7. Si vous optez pour PowerPoint ou Keynote, privilégiez les **images** aux textes.
8. Soyez **énergique**, dynamique. Votre enthousiasme est contagieux.
9. Accueillez le public comme vous accueilleriez des amis chez vous, pour **créer un climat de détente**.
10. Un orateur est un sportif qui se gère comme tel : il dort bien la veille, il s'alimente bien. C'est un véritable **athlète** !
11. Soignez votre look, votre **apparence**, de la pointe de vos chaussures à vos ongles.
12. Arrivez sur place à **l'avance** pour vous approprier l'espace et respecter la règle n° 9.
13. Si votre **intention** est **juste**, ce que vous direz et ferez sera juste.
14. Si vous manquez de confiance en soi, **faites comme si vous l'aviez**. Jouez la confiance, et elle viendra.
15. Réussissez une bonne première impression et **soyez congruent** : que vos mots, votre voix et vos gestes disent la même chose.
16. Faites-vous filmer. **L'analyse de la vidéo** sera garante de vos succès futurs. La caméra certes grossit, mais révèle. Sans analyse, pas de progrès.

RÉUSSISSEZ VOTRE ENTRÉE ET VOTRE SORTIE

17. Soyez **inspirant** et invitez le public à AGIR.
18. Soyez vous-même, privilégiez ce qui vous rend unique, et **soyez présent**, dans l'instant, ici et maintenant.
19. Prenez la parole en *leader* : dites quelque chose de **différent** ou dites-le différemment.
20. Amenez votre conclusion, votre **sortie**. Qu'elle soit **forte**, plus forte encore que votre entrée, qu'elle marque les esprits.