

ET MOI...

20 MAI 2016

BIEN PARLER EN PUBLIC, CELA S'APPREND

*Par H el ene Guinhut
Illustrations: Miguel Montaner*



Fini, les présentations rasoires et les PowerPoint surchargés de graphiques. L'heure est aux discours « inspirants », façon Steve Jobs ou Elon Musk. Pour dynamiser ses « pitches », un bon coaching est souvent efficace. Témoignages.





Elon Musk, fondateur de Paypal, SpaceX, Tesla, à l'origine du projet de train supersonique Hyperloop. Autant d'idées innovantes servies par une éloquence hors pair.

c'est incontournable. Nous sommes dans une nouvelle ère où les entreprises ont un rôle presque sociétal, elles doivent créer du sens avant même de créer du produit et du service. À leur échelle, les chefs d'entreprise sont aussi les capitaines de cette transformation. Ils doivent déployer une vision et des arguments qui permettent de convaincre qu'ils sont aussi des acteurs de la transformation du monde», explique Michel Lévy-Provençal, fondateur de TEDx Paris et créateur de la société de coaching Brightness.

ÊTRE DIRECT, CLAIR ET... RESPIRER

Dans ce domaine, la France accuse un retard certain face à ses voisins anglo-saxons. Avec son agence Present Perfect, Annabelle Roberts, Canadienne de 33 ans débarquée en France il y a une décennie, joue la carte de la prise de parole *made in America*. Dans un français qui ne s'embarrasse pas du vouvoiement, elle observe: «Ici, à l'école, on apprend la thèse, l'antithèse et la synthèse. Si tu appliques ça à la prise de parole, c'est boring!» Persuadée que l'apparition en France des présentations à la manière d'Elon Musk n'est pas une tendance passagère mais «une véritable prise de conscience», elle enseigne l'art du pitch. Mais un bon pitch, c'est quoi? «Une bonne prise de parole, c'est comme un premier rancard. On reste soi-même, mais on se maquille et on met un soutien-gorge push-up.» Outre la forme, un autre critère se doit d'être respecté: aller droit au but. «Si tu ne peux pas dire ce que tu as à dire dans un tweet, tu ne peux pas le dire en une heure», insiste Annabelle. Parce que les présentations sont souvent confuses, Paul-André Tavoillot, ancien journaliste et fondateur de The Message Company, cible ses coachings

(Chapman University Survey on American Fears), prendre la parole en public serait la principale peur des Américains, loin devant la phobie des insectes ou des seringues! Pour y faire face, des coachs proposent de former les professionnels à la prise de parole. Car si certains ont naturellement plus d'aisance à l'oral, bien s'exprimer, cela s'apprend. Dans l'entreprise, cette compétence est même devenue indispensable. Avec ses célèbres keynotes, Steve Jobs, pionnier en la matière, a insufflé un vent nouveau, sonnant le glas des présentations ennuyeuses. Inspirés par les entrepreneurs de la Silicon Valley, experts dans l'art du «pitch», et par le modèle des conférences TED, importées en France en 2009, de plus en plus de dirigeants français se sont adaptés au style. Que ce soit Stéphane Richard, Xavier Niel, Jean-Louis Chaussade ou même Emmanuel Macron, c'est désormais sur scène, à grand renfort de sono, de projecteurs et d'écrans géants, qu'ils présentent leurs innovations. «Aujourd'hui,

«Là, on entame la partie chiante du coaching. Si tu dois pleurer, c'est maintenant. Dès que je vois quelque chose qui ne va pas, je te coupe.» D'un regard ferme, Annabelle Roberts, mode caméra de son iPad activé, donne le coup d'envoi. Pour la deuxième fois, Florence Caillet récite son texte en essayant de détacher ses yeux de son PowerPoint. «Aujourd'hui, nous allons vous parler principalement de deux marques: Grey Goose et St-Germain. Pourquoi ces deux marques? Parce que l'année prochaine, on mise tout dessus!», débute-t-elle d'une voix forte. Responsable de la planification des activités commerciales chez Bacardi, elle présentera dans quelques jours la stratégie annuelle du groupe sur scène, face à 200 personnes. Passé l'introduction, elle savonne, rit nerveusement, puis s'interrompt. La coach vient à sa rescousse: «OK, on va prendre une grande bouffée d'air et en profiter pour travailler le corps.» Ensemble, elles révisent «la panthère», démarche souple à adopter sur scène pour capter l'auditoire, façon Steve Jobs. «Je vais te demander de faire du "too much", donne-moi des grands gestes dans l'espace!», insiste Annabelle Roberts, avec son accent canadien. «Fais ta Christine Lagarde!», lance-t-elle en mimant une attitude conquérante, les deux pieds fermement ancrés dans le sol. Plus timidement, Florence s'exécute. Avant de reprendre la parole, elle se positionne, patiente quelques secondes, puis lance un «bonjour!» sonore en ouvrant largement les bras.

L'exercice est réussi, mais, en privé, Florence confie sa peur du trou noir. «Si je ne retrouve plus mon fil conducteur devant ces 200 personnes, qu'est-ce que je fais?» Cette angoisse, beaucoup de dirigeants la partagent. Selon une étude

À SAINT-DENIS, L'ÉLOQUENCE À L'ASSAUT DES CLICHÉS

Lundi 18 avril, ils étaient deux finalistes à s'affronter lors de la quatrième édition du concours Eloquentia, à Saint-Denis. Sous les yeux du jury composé de personnalités comme le rappeur Youssoupha, les participants se sont affrontés en respectant des règles simples: faire un discours de huit à dix minutes sur un thème imposé. Ici, tous les coups sont permis. Rap, slam, poésie, théâtre, humour: lors des épreuves de sélection,

la centaine de participants a usé de toutes les armes pour se démarquer. L'objectif de ce concours d'éloquence? Briser les clichés qui stigmatisent les jeunes de banlieue. «On entend toujours dire qu'ils ne sont là que pour casser, alors que c'est totalement faux. Il y a des jeunes qui savent parler, écrire et disent des choses tout à fait pertinentes. Notre but est de faire entendre ces voix-là», explique Farah Medarbi, membre de

l'association Eloquentia Saint-Denis. Pour préparer le concours, 30 étudiants de l'université Paris-VIII ont suivi un coaching de six semaines avec cours de théâtre, de plaidoirie et simulations d'entretien d'embauche. «Ce concours crée de vraies opportunités, de nouvelles vocations se dessinent», insiste Farah. L'année dernière, le gagnant a même été repéré par Edouard Baer, qui lui a proposé un rôle dans son nouveau film.

sur la construction d'un message clair. «*Que ce soient les innovations technologiques, l'intelligence artificielle, les pesticides... les sujets abordés sont de plus en plus complexes. Quand Leclerc se bat contre la vie chère, je me bats contre le pas clair*», précise-t-il. Dans ses bureaux, il reçoit des patrons de PME, des créateurs de start-up, des managers, mais aussi des membres des comités exécutifs des plus grands groupes. Empêtré dans un discours jargonnel, Hervé Gonay, fondateur de Getplus (une entreprise de ciblage marketing), s'est tourné vers lui pour répéter une présentation sur le «social selling» (la vente grâce aux réseaux sociaux). En une séance de deux heures, il a réussi à organiser sa démonstration en trois points et tient un fil conducteur solide. Pour ne pas perdre en clarté, il a également appris à manier l'arme de tout bon orateur: la respiration. «*La respiration, c'est une virgule. En marquant une pause, tu prends le temps pour que les gens reçoivent ton message*», lui a enseigné Paul-André pendant son coaching.

GAGNER EN CONFIANCE

Si ces formations ont un coût élevé (comptez environ 4600 euros pour un PDG chez The Message Company et de 3500 euros à 8000 euros chez Brightness), les bénéfices sont immédiats. «*Cela m'a permis de gagner en aisance sur scène, en m'appuyant plus sur mon naturel et ma spontanéité. Quand la technique est maîtrisée, on est plus authentique et on prend plus de plaisir*», assure Jérôme Le Grand, vice-président retail de la filiale française de Walt Disney Company, où une dizaine de salariés ont été coachés en vue d'un rendez-vous annuel face à 500 personnes. «*Je pense aujourd'hui être capable de convaincre et de faire en sorte qu'on me fasse confiance plus facilement*», constate Guillaume Declair, co-fondateur du site de lifestyle Merci Alfred. Jusque-là très mal à l'aise lors de ses prises de parole, Marie-Christine Borrelly, directrice générale d'Octapharma, constate les bénéfices de sa formation avec le CFPJ. «*J'ai appris à économiser ma voix. Avant, quand je faisais des présentations en anglais, je finissais*

CINQ FORMATIONS POUR SOIGNER SON ORAL

Brightness, pour parler façon TED:

des coaching individualisés pour préparer une présentation en suivant les méthodes d'une conférence TED. www.brightness.fr

The Message Company, pour synthétiser son message:

organiser sa pensée, trouver sa ligne directrice et obtenir une présentation claire sans jargon. www.themessagecompany.fr

Present Perfect, pour «pitcher» à l'américaine:

des coaching individuels en français ou en anglais pour réussir un discours façon Silicon Valley. www.present-perfect.fr

Le CFPJ, pour être un as de la com:

différentes formations de plusieurs jours pour apprendre à s'exprimer avec aisance. Des coachings en petits groupes avec des ateliers pratiques. www.cfpj.com

Le Cours Florent, pour se la jouer acteur:

en puisant dans les techniques du théâtre, les formations Florent Executive aident à surmonter le stress et à convaincre son auditoire. www.coursflorent.fr

aphone. Ça apporte un gain de confiance.» Lors de ses dernières prestations, Catherine Cousinard, directrice de cabinet chez Engie, s'est sentie tellement à l'aise qu'elle a oublié de faire défiler les slides de son PowerPoint: «*J'ai une plus grande liberté de parole, je me sens plus agile, plus réactive et surtout plus connectée avec le public.*» Conquise par son naturel lors d'un séminaire d'orientation, une jeune ingénieure l'a même sollicitée pour qu'elle devienne son mentor.

Hors de la sphère professionnelle, les conseils glanés lors des coachings peuvent aussi se révéler utiles. «*Avec mon conjoint, j'essaye de*

réutiliser les mêmes techniques de pitch! Plutôt que d'attendre d'en être au stade ultime et de dire tout ce que j'ai sur le cœur, j'essaye d'exprimer au fur et à mesure ce que je pense. Par exemple, si je vois qu'il ne réserve pas les vacances, je lui fais des petits rappels réguliers en utilisant l'humour», explique Catherine Cousinard. Conviée cet été au mariage de la fille d'une amie Marie-Christine Borrelly va profiter de ce qu'elle a appris pour peaufiner son discours. «*Je vais essayer d'être sympathique, de faire participer l'assistance, d'être présente dans l'espace. Lors d'un mariage, le énième speech a tendance à être un peu agaçant, alors je vais essayer d'attirer l'attention du banquet.*»

LES ÉTUDIANTS SE PRENNENT AU JEU

Parce qu'il n'est jamais trop tôt pour apprendre à s'exprimer en public, de plus en plus de grandes écoles intègrent cet enseignement dans leur cursus. La Sorbonne, HEC, l'Essec, Sciences Po ou les IEP de province proposent tous un enseignement dédié ou un concours d'art oratoire. À Sciences Po, tous les étudiants de première année suivent un module de dix heures d'introduction à la prise de parole. Objectif du cours: débattre debout et sans micro devant ses camarades dans le célèbre amphithéâtre Boutmy. «*Pour travailler la prise de parole en public, il faut moitié moins d'heures que pour apprendre à conduire une voiture. Après, c'est comme la conduite, il suffit de s'entraîner*», explique Cyril Delhay, qui a introduit cet enseignement à l'Institut d'études politiques en 2001. Dans le cours qu'il donne aux étudiants de master, les tables ont été repoussées pour laisser place à une scène où les élèves improvisent en travaillant la posture, la respiration et la voix. Le succès est tel que, cette année, une étudiante a lancé un appel sur Facebook pour ouvrir le cours à de nouveaux participants.

À HEC, où l'académie d'art oratoire prépare les volontaires au concours d'éloquence annuel, les cours sont davantage axés sur le monde de l'entreprise. «*Nous faisons des simulations de négociation acheteurs-vendeurs ou patronat-*

COMMENT RÉUSSIR SA CONFÉRENCE TED

Importateur des conférences TED en France, Michel Lévy-Provençal a créé sa société de coaching, Brightness, en 2011. Voici ses cinq clés pour réussir sa présentation aussi bien qu'un TED Talk.

1

Préparer sa prestation:

«*Être bon sur scène n'est pas inné. Une présentation qui n'est pas répétée est souvent une présentation ratée.*»

2

Avoir un message court:

«*Un message percutant doit tenir en une phrase.*»

3

Surprendre l'auditoire:

«*Il faut créer une relation avec le public en utilisant l'émotion, le rire, la surprise, l'interaction.*»

4

Soigner les premiers instants:

«*Tout se passe dans les 35 premières secondes, c'est là que l'attention doit être captée.*»

5

Anticiper sa dernière phrase:

«*On a tous écouté quelqu'un qui n'arrive pas à conclure. Si ça ne finit pas, le message est dilué.*»



**« SI TU NE PEUX PAS DIRE
CE QUE TU AS À DIRE DANS
UN TWEET, TU NE PEUX PAS
LE DIRE EN UNE HEURE »,
SOULIGNE LA COACH
ANNABELLE ROBERTS.**

pour me sentir capable de prendre la parole en public dans n'importe quelle situation en étant à l'aise», témoigne Barbara, étudiante en première année. « Tout se joue dans la posture, la manière de porter ma voix et de jouer sur des tons différents », poursuit-elle. Le jour de la finale coïncidant cette année avec l'ouverture du Festival de Cannes, les concurrents se sont affrontés sur des sujets inspirés de titres de film et de répliques cultes. Seuls sur scène, ils ont eu cinq minutes pour convaincre le jury et l'amphithéâtre, bondé ce jour-là. Cinq petites minutes. Cela peut paraître si long. Ou si court... L'éloquence fait la différence. ●

Plus d'infos sur www.lesechos.fr/we

syndicat», explique Bertrand Périer, enseignant et avocat au barreau de Paris. « Je consacre également une séance à la communication de crise, car c'est inévitablement quelque chose auquel les futurs diplômés auront à faire face. Que faire si votre entreprise est placée en redressement judiciaire ou subit un accident industriel? La notion de présentation est également importante, parce que beaucoup feront de l'audit et du conseil », ajoute-t-il. Le concours d'éloquence, organisé le 11 mai dernier, a vu s'affronter six finalistes. Attirés par l'aspect ludique de l'exercice, les étudiants ne le prennent pas moins au sérieux. « Je fais le concours vraiment pour l'amusement, mais je voulais aussi m'améliorer dans l'improvisation,