

M é t h o d o l o g i e d e l a p r é s e n t a t i o n

Présenté par Dr Mir Ali

1^{ère} Année Sciences Technologies 2^{ème} Semestre
Socle Commun pour la 1ere Année ST & SM

Partiel: Présentation Devant un Auditoire
Gestes et Attitude



T E C H N I Q U E S D E L ' E X P R E S S I O N O R A L E

DOMAINE SCIENCES ET TECHNOLOGIE	PROGRAMME "Méthodologie de présentation" Code: M214 Volume horaire semestriel 15h00 min Volume horaire hebdomadaire 1h00 min (1H00 min cours) Semestre 1 -15 semaines-	1 ^{ère} ANNEE SOCLE COMMUN
		Coef : 01 Crédit : 01

Programme	Nombre de semaines
Partie I : - Techniques de l'expression orale - Gestes et l'attitude à adopter devant un auditoire	06
Partie II : Préparation d'un exposé oral II-1 les supports d'un exposé : logiciels et matériels audiovisuels II-2 Application : présentation d'un exposé (compte rendu, rapport, projet etc...)	09

PARTIE I :
TECHNIQUES DE L'EXPRESSION ORALE

GESTES ET ATTITUDES
A ADOPTER DVANT UN AUDITOIRE

Sommaire :

- I. L'EXPRESSION ORALE**
 - I. DEFINITION**
 - II. TECHNIQUES D'EXPRESSION ORALE**

- II. GESTES ET ATTITUDES A ADOPTER DEVANT UN AUDITOIRE**
 - I. LE LANGAGE CORPOREL**
 - II. LA MAITRISE DU TRAC**

INTRODUCTION

Dans tout discours, vous adressez deux messages bien distincts à votre auditoire : le premier par votre voix, le second par votre apparence, votre attitude et vos mouvements.

I. L'EXPRESSION ORALE

I. DEFINITION

L'expression orale est l'action de transmettre des messages à l'aide d'un langage en utilisant sa voix et son corps pour communiquer.

Cette activité ne peut se comprendre qu'en fonction d'un certain nombre de rapports que l'on entretient avec : Le langage, soi-même, les autres et l'ensemble du monde extérieur.

1. **Le rapport au langage** : Toute langue a une structure particulière qui réagit sur la pensée elle-même. Tous les Francophones ont donc en commun un certain rapport au langage.
2. **Le rapport a soi-même** : On s'utilise aussi soi-même comme instrument : l'expression orale peut être considérée comme une technique instrumentale.

<ul style="list-style-type: none"> - le corps) - la voix) - les gestes) - les postures) 	}	sont les instruments par lesquels on s'extériorise.
---	---	---

Les principales difficultés que l'on rencontre résident dans l'image infériorisée que l'on peut avoir de soi qui se traduisent par de la "timidité".

3. **Le rapport aux autres** : La façon dont on s'exprime dépend de la façon dont on perçoit l'autre et en particulier au travers des statuts et des rôles.
 - Ainsi on ne parle pas de la même façon à : un frère, une mère, un ami, un collègue, un supérieur hiérarchique.
 - Si nous avons l'impression que les autres nous sont supérieurs, qu'ils nous jugent, notre façon de nous exprimer en sera affectée.
 - Le rapport aux autres réagit sur le rapport à soi-même et inversement.
 - Si on imagine que les autres nous perçoivent. On a l'impression : d'être peu considéré, d'être jugé, de ne pas susciter ou retenir l'intérêt.
 - On croit parfois que les autres nous sont supérieurs, qu'ils expriment mieux que nous-mêmes ce que nous voudrions dire.
4. **Le rapport au monde extérieur** : Nous sommes insérés dans des structures économiques, politiques et sociales qui nous influencent et avec lesquelles nous entretenons certaines relations de type : accord, acceptation, compromis, négociation, refus, révolte.
Ce type de relation influe fortement sur notre mode de communication.

II. TECHNIQUES D'EXPRESSION ORALE

1. La respiration

- Elle conditionne la bonne émission du son.
- Elle favorise la détente musculaire et nerveuse.
- Elle est nécessaire à la mise en œuvre de la fluidité mentale et verbale.

On constate trois types de respirations : **thoracique ; ventrale ; costale.**

Les positions qui favorisent la respiration :

1. lorsqu'on est assis derrière une table :
 - ❖ Laisser la cage thoracique libre (bras croisés à proscrire),
 - ❖ Considérer la colonne vertébrale comme un axe vertical (le mât d'un bateau) et éviter de se pencher trop en avant ou en arrière.
2. que l'on soit assis ou debout toutes les positions fermées sont à proscrire.

2. La voix

1. Elle est le véhicule du message oral. Selon les individus, les dimensions, la forme et la texture des : Cordes vocales, Os et cartilages, Muscles,
2. Le timbre de voix sera très différent. On trouve généralement : Les voix de gorge (basses), Les voix de masque (appuyées), Les voix de tête (élevées).
3. La voix se caractérise aussi par :
 - **l'intensité** : C'est la force, la puissance avec laquelle on s'exprime. Il convient d'adapter l'intensité de la voix au volume de l'espace de prise de parole et à la disposition de l'auditoire dans cet espace.
 - **l'intonation** : C'est le mouvement mélodique de la voix, caractérisé par des variations de hauteur. Par exemple :
 1. dans la phrase interrogative, il y a une intonation montante : "vous m'entendez ? "
 2. En fin de phrase affirmative la voix a tendance à tomber : "nous allons présenter les Inconvénients."
 3. En public il est indispensable de varier les intonations afin de capter l'attention de l'auditoire.
 - **le débit** : C'est la vitesse à laquelle on s'exprime. Souvent le trac amène une accélération excessive du débit.

1. Il faut donner du mouvement à l'expression en variant les rythmes, en évitant l'uniformité, en usant du contraste. Pour cela :
 - ✓ respirer entre les phrases,
 - ✓ ménager des pauses pour reprendre le souffle,
 - ✓ utiliser le silence.
2. La voix se caractérise aussi par :
 - ✓ la largeur du parler ; en allongeant les voyelles, en appuyant sur les syllabes longues et les diphtongues, on peut parler plus loin.
 - ✓ l'accent, il est basé sur les voyelles.

3. L'articulation

C'est le détachement et l'enchaînement correct des sons et en particulier, la netteté des consonnes. Elle peut être déficiente sur : les syllabes d'attaque, les syllabes internes, les finales.

Pour corriger ces tendances nuisibles à la bonne compréhension d'un propos, il faut s'entraîner à lire à haute voix en améliorant les mouvements : des lèvres, de la langue, des mâchoires.

Une mauvaise articulation conduisant à la fusion de deux syllabes consécutives peut provoquer une amphibologie. Ex. : Il frappa à la porte.

4. Le rythme

Les changements de rythmes donnent à la prise de parole sa dynamique ; ils évitent la monotonie. Ils sont donnés par :

- **La ponctuation :**

- ✓ La ponctuation parlée n'a rien à voir avec la ponctuation écrite.
- ✓ Lorsqu'on parle on peut s'arrêter à tout moment.
- ✓ Elle apporte du confort à l'écoute.
- ✓ Elle donne du poids aux mots, aux gestes.

- **La modulation :**

Le ton de la voix varie en jouant sur les inflexions en prenant appui sur certains mots, certaines syllabes. On peut prendre appui :

- ✓ sur le mot sujet ou complément,
- ✓ sur le verbe qui définit l'action,
- ✓ sur les mots outils (article, conjonction, pronom, ...).

Ex. : IL ouvre la porte

- il OUVRE la porte C'est la SCANSION

- il ouvre LA porte

- il ouvre la PORTE

- **l'utilisation des silences :**

- ✓ Le silence paraît toujours plus long pour celui qui le fait que pour ceux qui l'écoutent.
- ✓ Il permet la fluidité verbale.
- ✓ Il marque les changements de rythmes.
- ✓ Il permet la respiration.
- ✓ Il valorise le geste.
- ✓ Il donne le temps de regarder l'auditoire.

5. La répétition

Si la répétition est, d'une manière générale, un défaut de l'écriture elle est une des qualités essentielles de l'art oratoire. Répéter un mot, une expression, un argument doit se faire en variant le ton. La répétition :

- ✓ facilite la mémorisation,
- ✓ valorise l'argument,
- ✓ met en évidence les points forts,
- ✓ peut pallier un trou de mémoire,
- ✓ permet de décrocher le regard du texte écrit.

❖ Attention cependant l'abus peut engendrer comique ou lassitude.

II. GESTES ET ATTITUDES A ADOPTER DEVANT UN AUDITOIRE

Lorsque vous parlez à des amis ou à des collègues, vos mains, vos bras s'agitent, vous vous déplacez, vous les regardez dans les yeux et les expressions de votre visage ne cessent de changer. Tous ces mouvements forment le langage corporel. Et ce langage corporel a la même importance dans un discours que dans vos conversations privées. Imaginez un orateur, certes sincère, mais qui resterait planté comme un piquet devant son public pendant toute la durée de son discours, sans faire le moindre geste ni même regarder personne. Même si ses mots expriment son engagement, son corps dit exactement l'inverse. Résultats ? Le public ne le croira pas.

I. LE LANGAGE CORPOREL

1. Définition

Le langage corporel est l'ensemble des : attitudes (postures), gestes, mouvements, expressions de visage et le contact visuel que peut utiliser un orateur pour mieux faire passer son message et atteindre l'objectif de son discours.

2. L'intérêt du langage corporel : chaque geste est parole

C'est une partie très importante du discours, il a pour intérêt de montrer votre assurance, votre maîtrise. Il accroît aussi votre crédibilité. Il vous permet d'illustrer et d'accentuer votre discours et vous aide à évacuer toute nervosité éventuelle.

3. Les différentes formes du langage corporel :

1. L'attitude ou posture

A des attitudes mises en œuvre correspondent des comportements corporels types : les postures. Notre posture exprime notre état d'esprit. Elle affecte cinq grandes zones de notre corps : La tête, Le buste, Le bassin, Les jambes et les pieds, Les gestes des bras et des mains.

❖ La tête :

Les postures de la tête indiquent notre style de relation. On peut distinguer trois postures de tête :

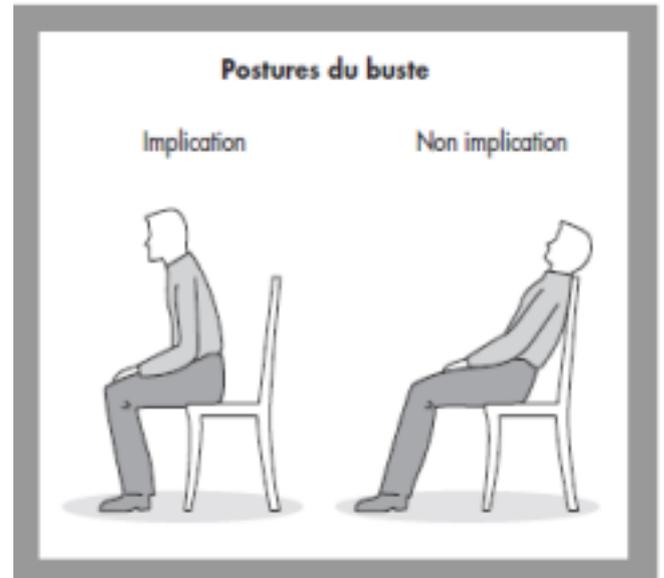
- **La tête baissée** indique une attitude d'acceptation passive, voire de soumission. Ainsi, lorsque qu'un supérieur parle à un subordonné, celui-ci aura plutôt tendance à baisser la tête s'il se sent dans une position d'infériorité.
- **La tête relevée**, au contraire, indique une attitude de retrait ou de supériorité. Couplée avec des yeux mi-clos, cette posture indique une supériorité définitive et, avec des yeux grands ouverts, l'agression.
- **La tête inclinée** sur le côté indique une certaine ouverture d'esprit. Cette posture peut montrer, soit un accord avec ce qui est dit si le regard est direct, soit un essai de séduction si le regard est de côté.



❖ **Le buste :**

Les postures du buste reflètent notre état d'esprit. Les mouvements du buste peuvent influencer votre auditoire et indiquent un certain état d'esprit :

- **Le buste en avant** peut montrer tout aussi bien l'intérêt et la curiosité.
- **Le buste en retrait** exprime un certain désengagement, une distance par rapport à ce qui est dit.
- **Le buste tassé** marque le découragement. Généralement, la fatigue ou l'absence de motivation implique un certain affaissement, qu'un œil expert peut déceler.
- **Le buste déployé** indique un sentiment de triomphe (succès) ou une tentative de domination.



❖ **Le bassin :**

Les postures du bassin expriment le respect ou non des convenances.

- **Le bassin en avant**, Plus le bassin sera avancé et proche du bord de votre chaise, plus vous prouvez à votre interlocuteur que vous le négligez par la même occasion.
- **Le bassin en arrière** lorsque vous êtes assis marque un respect des formes. Plus votre bassin collera au dossier de votre siège, plus vous montrerez à votre interlocuteur que vous ne voulez pas vous aventurer au-delà de vos repères.

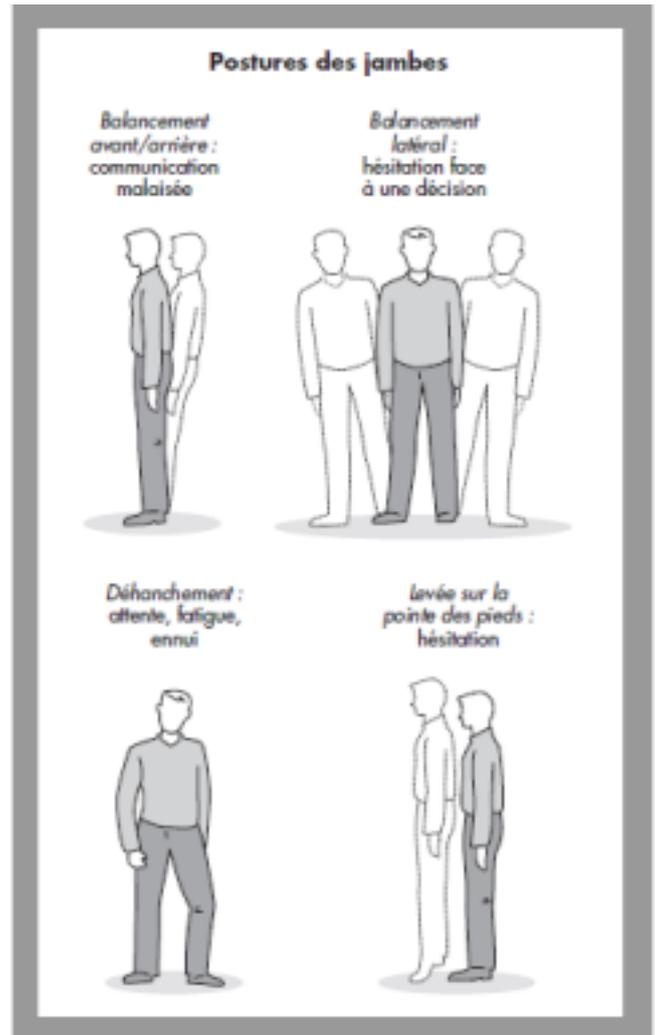


❖ **Les jambes et les pieds :**

- Les postures des jambes en station assise : C'est la zone du corps la plus éloignée de notre champ visuel, donc la plus difficilement contrôlable. Les postures des jambes et des pieds peuvent facilement trahir une contradiction avec le reste du corps. Par exemple, vous tentez de sourire et d'avoir une posture agréable aux yeux de vos interlocuteurs, alors qu'un de vos pieds bat nerveusement ou vos jambes s'enroulent autour des pieds de votre chaise.

- Les postures des pieds et des jambes en station debout, typiquement adoptées lors d'un discours, sont les suivantes :

- **Le balancement d'avant en arrière** Ce mouvement trahit en général une communication difficile. Si vous adoptez cette posture, vous montrez à votre auditoire que vous n'anticipez pas sa réaction et que vous naviguez "à vue".
- **Le balancement latéral** En plus de la communication malaisée, vous balancez, au sens propre du terme, entre deux solutions, deux idées sans savoir laquelle choisir. Cela provoque un sentiment de malaise ou de vertige chez celui qui vous écoute.
- **Le déhanchement** Vous trahissez ici l'attente, la fatigue, l'ennui ou le besoin de détente.
- **La montée sur la pointe des pieds** Vous tentez de vous mettre à la hauteur de votre auditoire et vous hésitez dans votre discours.
- **Le battement des pieds** Il est à éviter, surtout si vous intervenez en station assise et que vos pieds ne sont pas cachés par le devant d'un pupitre ou le tapis d'une table.

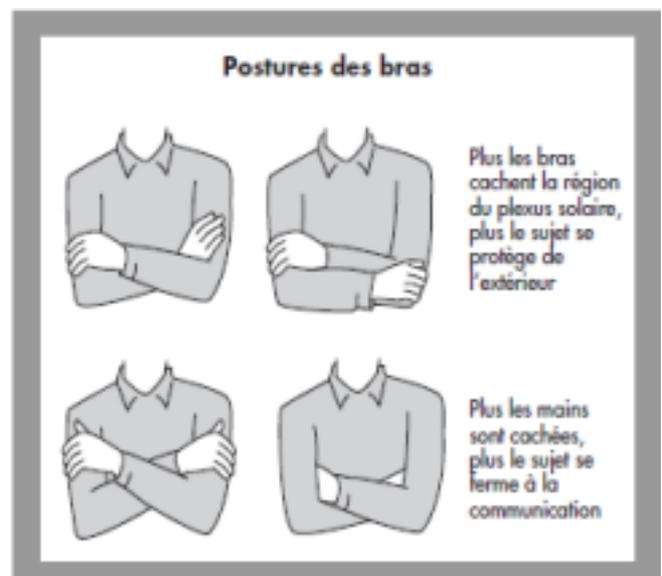


❖ **Les gestes des bras et des mains :**

Les postures des bras révèlent notre besoin de protection.

A. Les gestes des bras

- ✓ Les gestes amplifient le sens des mots. Ils viennent au secours quand le vocabulaire manque. Sans les gestes des bras et des mains, le discours devient très vite une récitation.
- ✓ Si vous voulez avoir les faveurs de votre auditoire, ayez des gestes mesurés et ouverts. Pour autant, ne tombez pas dans l'emphase, avec des gestes trop amples et trop agités.
- ✓ Les postures des bras marquent le degré de protection dont l'individu a besoin.



1. Les bras autonomes

Les bras n'ont ici pas de contact entre eux. Si vous êtes debout, ils sont simplement le long de votre corps, détendus. Cette posture indique votre disponibilité vis-à-vis de votre auditoire.

2. Les bras croisés

Deux règles de base doivent cependant être retenues : plus vos bras cachent la région du plexus solaire, plus vous vous protégez de l'extérieur. Plus vos mains sont cachées, plus vous démontrez que vous vous fermez à la communication.

Dans tous les cas, installez votre corps dans une position confortable. Ainsi, si vous êtes assis, prenez le temps de trouver une position adéquate et posez vos pieds à plat sur le sol ; il est fortement déconseillé de croiser les jambes. Si vous avez une table devant vous, il est plus judicieux de poser vos mains à plat que de les croiser. Évitez également de poser vos coudes sur la table ou sur la tribune.

B. Les gestes des mains

Sans l'accompagnement des mains, les discours se transforment vite en simple texte lu. Les gestes que vous faites avec vos mains vous permettent d'exprimer votre discours. Ils facilitent donc la compréhension de celui qui vous écoute.

Vous pouvez imaginer que vous discutez simplement avec un ami. Vous verrez que vos mains prennent alors une aisance naturelle. Dans tous les cas, laissez faire à vos mains ce qu'elles ont envie de faire. Aucun geste n'est interdit – mains dans les poches ou même dans le dos – tant qu'il est détendu et naturel.

A. Les gestes classiques Nous présentons ici les gestes les plus typiques dont un manager peut se servir pour appuyer son discours, puis ceux qu'il doit surtout éviter tant ils parasitent le discours.

1. La main bourse

Elle indique chez l'orateur un désir d'exactitude, comme s'il saisisait un objet dans le vide afin que son auditoire puisse mieux l'observer.

2. La prise du vide

Elle reflète la recherche d'une certaine précision, plus qu'une précision acquise. La main levée fait ici le geste intentionnel de saisir un objet imaginaire, sans que le pouce et l'index ne se rejoignent.

3. La pince pouce-index

Elle souligne l'importance et la délicatesse du propos tenu. C'est un geste très répandu dans les cultures occidentales. S'il est dirigé vers un autre individu, il signifie "OK".

4. La main enveloppe

Elle tente d'empoigner l'autre afin qu'il ne puisse pas s'échapper. Ce geste indique une forte volonté de persuasion.

5. La main en serre

Elle représente une tentative de domination sur son public. L'orateur fait le geste de tenir son auditoire dans le creux de sa main.

6. La main tranchoir

Droite et rigide, elle coupe l'air de haut en bas comme un hachoir. Ce geste démontre une certaine agressivité ou l'agacement. L'orateur veut ici couper court à une situation confuse et imposer sa solution.

7. La main ciseau

Elle ajoute une nuance de refus ou de rejet à l'état d'esprit qui sous-tend le discours. L'orateur semble ici se frayer un chemin en terrain hostile, tout en rejetant toute opposition.

8. La main pointée

Elle est dirigée vers l'auditoire. Ce geste demande l'attention du public sur le discours. Il peut être très utile lorsque vous sentez que votre auditoire commence à être fatigué.

9. Le coup de poing

Il est le plus agressif des gestes. Il démontre, non seulement une agressivité certaine, mais aussi une volonté d'avoir le dernier mot, en faisant valoir sa seule autorité.

10. L'index dressé

Il a plusieurs significations. Pointé vers l'auditoire, il est menaçant. Pointé en l'air, il souligne l'importance du discours.

11. Les paumes en l'air

Elles sont le signe de l'imploration ou d'une certaine incertitude. L'orateur "mendie", en quelque sorte, l'attention de son public.

12. Les paumes tournées vers le bas

Elles marquent le désir de calmer le jeu, de modérer l'état d'esprit du moment. C'est typiquement l'orateur à la tête froide qui tente de calmer l'ardeur du public.

13. Les paumes vers l'extérieur

Elles sont le signe du rejet. C'est un geste de protestation, de refus. Les paumes sont alors poussées en avant comme pour protéger l'orateur.

14. Les paumes vers l'intérieur

Ce geste reflète le désir de faire sienne une idée, d'embrasser l'idée discutée ou d'attirer, par métaphore, l'autre plus près de soi.

15. Les paumes face à face

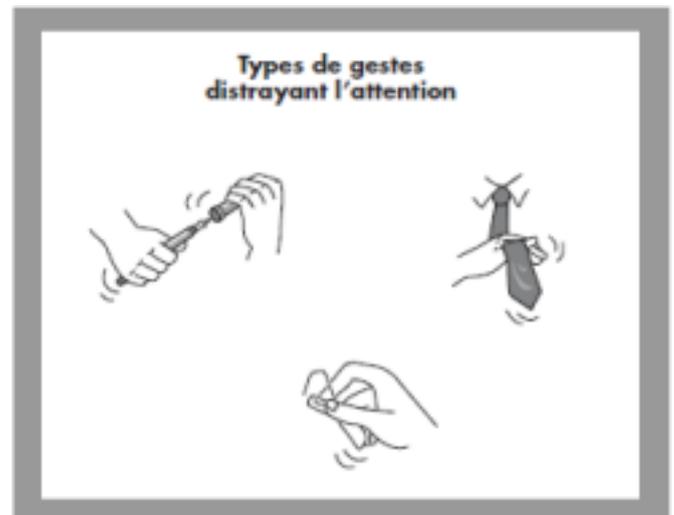
Elles expriment le désir de rejoindre l'autre. Les mains sont tendues comme pour enserrer celles du public. Parfois même, les doigts se rejoignent pour former une sorte de tente. C'est un geste typique de conciliation.



B. Les gestes parasites :

Très souvent, les gestes parasites sont les suivants :

- **Les mains se croisent et se décroisent** nerveusement ou restent crispées au point de faire blanchir les jointures.
- **Les mains tripotent** tout ce qui est à portée, ouvrent et ferment des stylos, boutonnent et reboutonnent un pan de veste, jouent avec le bracelet d'une montre, etc.
- **Les mains tirent sur le revers** de la veste pour la remettre en place ou réajustent la cravate à plusieurs reprises.
- **Les mains tremblent.**



Tous les gestes pouvant appuyé le discours sont à maîtriser. Les gestes parasites, particulièrement difficiles à supprimer, ils peuvent parasiter le discours. Pour cela, vous pouvez vous exercer devant une glace ou devant une caméra et vous découvrirez peut-être une gesticulation intempestive dont vous n'aviez pas conscience.

2. Les mouvements

Au-delà d'une posture statique, qui se doit d'être stable et rassurante, on peut choisir de se déplacer, pour :

- se rapprocher de ses auditeurs pour capter leur attention,
- attirez l'attention de votre public et l'amener à simplifier davantage en tournant la tête pour vous suivre des yeux.
- se rapprocher d'une personne pour mieux l'intégrer au groupe,
- aller et venir du projecteur à l'écran, noter des remarques au tableau, etc.

Ces déplacements doivent cependant être :

- ✓ Mesurés et volontaires.
- ✓ Réguliers et pensés par avance.
- ✓ Evitez de faire les cents pas, de vous agiter avec nervosité,

Pour donner de vous l'image d'une personne sûre d'elle et qui est ravie de parler, rejoignez le pupitre d'un air confiant, la tête et les épaules bien droites. Une fois arrivé, retournez-vous face à l'auditoire et commencez votre discours. Lorsque vous avez terminé, regagnez votre place de la même façon.

3. Expression du visage : le visage et les mimiques

Les mimiques peuvent être considérées comme les gestes du visage, elles accompagnent ou non la verbalisation. Elles peuvent être autonomes traduisant alors les états affectifs ressentis.

Les six émotions principales du visage sont : **la joie, la surprise, le dégoût, la tristesse, la peur, la colère.**

A ces émotions correspondent des mouvements particuliers des yeux, des sourcils, des paupières, du front, des joues, de la bouche, des narines et du menton.

ex. : les yeux s'écarquillent de surprise,
 les sourcils se froncent dans la colère,
 les lèvres se pincent dans le dégoût, etc.

Une zone est particulièrement expressive : la bouche. Elle s'ouvre d'étonnement, se ferme dans la froideur. Les lèvres se pincent ou s'élèvent en arrière, le sourire peut être large ou ironique, symétrique ou non. La tristesse ou le dégoût font descendre les commissures vers le bas.

Maîtrisez vos mimiques

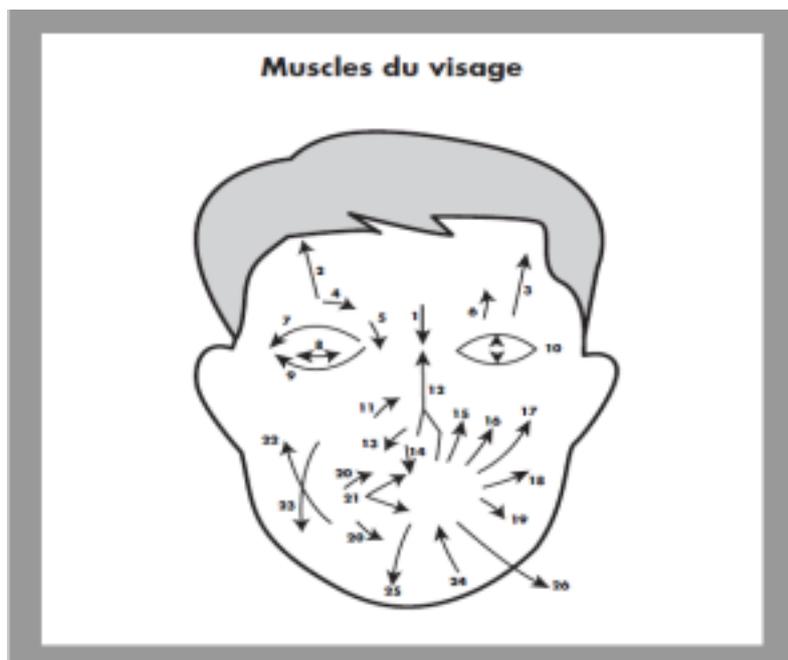
Avant même que vous ne commenciez à parler, votre visage donne le ton. Allez-vous parler d'un sujet sérieux, grave, triste ? Ou d'un sujet amusant ou léger ? Êtes-vous content de vous trouver ici ou, au contraire, est-ce une corvée ? Toutes ces humeurs sont montrées sur votre visage.

Les expressions faciales – ou mimiques – sont des gestes par lesquels vous tentez de transmettre une idée ou de copier, aussi précisément que possible, une personne, une action. La mimique doit représenter la chose qu'elle essaye de dépeindre. Aussi, une mimique réussie peut-elle être comprise par une personne qui ne l'a jamais vue auparavant.

Les muscles du visage reflètent les émotions

Chaque être humain possède 54 muscles peauciers au niveau du visage qui réagissent au plus faible influx nerveux et expriment la moindre émotion. Une personnalité en accord avec elle-même exprime un grand nombre de mimiques faciales, tandis qu'un visage de marbre indique souvent des blocages émotionnels ou une difficulté à communiquer.

L'étude des muscles du visage permet de décoder les émotions



4. Le contact visuel (le regard) :

1. L'importance du regard dans la communication :

Par le regard, toutes les expressions, toutes les volontés, tous les sentiments peuvent être transmis.

Le regard peut être synonyme de :

- **partage**, il traduit la complicité (dans l'intimité par exemple), il est la preuve de l'attention que l'on porte à quelqu'un ;
- **agression**, il peut être violent ("fusiller du regard") ou investigateur, voire violeur, en proxémie rapprochée notamment ("fouiller dans les yeux", pour pénétrer dans l'intimité de l'autre) ;
- **domination**, il affirme l'autorité et requiert la soumission ("regarder de haut") ; le statut s'exprime souvent par le regard.

Dans l'interaction, le regard peut être fuyant ("regarder ailleurs") ; les explications sont multiples :

- **la réflexion**, est favorisée par le déplacement du regard hors du champ de la relation directe ;
- **la recherche de mots**, d'idées est facilitée en regardant, par exemple, le plafond ou ses pieds ;
- **le besoin de prendre des distances**, par rapport aux idées développées sera satisfait par un regard vers un autre lieu ;
- **la nécessité de s'isoler**, pour reprendre des forces psychiques par exemple, conduira à fixer son regard sur un point virtuel.

2. L'utilisation du regard :

Le contact visuel est fondamental. Il permet :

- de maintenir en éveil l'attention de l'auditoire,
- d'être présent aux autres,
- de percevoir les réactions du public.

Lors d'une prise de parole en public, il faut regarder tout le monde, en évitant les écueils suivants :

- ✓ balayer mécaniquement du regard, sans jamais se fixer sur les personnes ;
- ✓ livrer le discours morceau par morceau, en regardant certaines personnes pour les débuts de phrases et d'autres pour les fins de phrases ;
- ✓ regarder une partie de l'auditoire plus souvent et plus longtemps que l'autre.
- ✓ rester les yeux plongés dans ses notes.

II. LA MAITRISE DU TRAC

1. Description du phénomène de trac

Le trac c'est la peur, l'angoisse que l'on ressent avant d'affronter un public, de subir une épreuve. Il se dissipe progressivement dans l'action.

1. Les principales manifestations physiques :

- langue desséchée	- crispations
- transpiration, moiteur	- ballonnements
- tremblements	- picotements
- sentiment d'oppression	- jambes molles
- respiration accélérée	- crampes
- gorge serrée	- nausées
- palpitations	- envie d'uriner
- houle dans la gorge	- froid dans le dos
- noeud à l'estomac	- paralysie

2. les conséquences sur la prise de parole :

- les mots ne viennent plus, les phrases s'assemblent mal, les répétitions sont fréquentes, le débit se ralentit ou s'accélère confusément ;
- apparaissent les tics verbaux, les mots parasites : - n'est-ce-pas, - euh ! je veux dire, si vous voulez,
- les bafouillages, les toussotements, les raclements de gorges, les bégaiements se multiplient,
- les gestes parasites s'amplifient (autocontact...).

3. Les raisons du trac :

- La crainte d'être jugé par le public ou l'interlocuteur.
- La peur du décalage entre l'image que je pense donner de moi et l'autre, idéale à laquelle j'aimerais me conformer.
- L'enjeu lié à la situation (entretien d'embauche, ...).

2. Comment maîtriser son trac

❖ LES CONSTATS :

- On ne peut pas supprimer le trac, mais on peut l'atténuer, le maîtriser, rendre ses manifestations plus facilement supportables.
- Toute expérience nouvelle de prise de parole, toute situation inédite peut faire réapparaître le trac.
- La situation peut être nouvelle par l'auditoire (personnalité, taille, composition), le lieu, le sujet dont il est question, l'enjeu de la prise de parole, etc.

❖ Cinq principes facilitent la gestion du trac :

A. bien se préparer :

- faire un plan,
- rédiger les points forts,
- préparer quelques phrases introductives et les apprendre par coeur,
- s'entraîner (magnétophone, glace), le travail de répétition est un facteur déterminant,
- repérer les lieux,
- ne rien changer à ses habitudes (le trac se nourrit d'imprévu).

B. Améliorer sa respiration : Il s'agit de respirer :

- PROFONDEMENT pour ventiler le corps et oxygéner muscles et cerveau.
- REGULIEREMENT pour éviter que la machine ne s'emballle.

C. Se relaxer physiquement :❖ **Avant l'intervention :**

- Prendre conscience des muscles inutilement contractés (épaules, cou, nuque, omoplates, reins, abdomen, ...).
- Les décontracter progressivement.
- Détendre le visage (muscles entourant la bouche, sourcils, joues).

❖ **En cours d'intervention :**

- Changer de posture si c'est possible (assis-debout).
- Respirer lentement et à fond.

D. Se relaxer mentalement :

Le principe consiste à projeter sur son écran mental des images associées à des moments agréables ou à des situations imaginaires, paisibles, rassurantes.

Si l'on considère que le trac est dû aux images angoissantes du type "je vais bafouiller, je ne vais pas savoir que dire, je suis moche, ..." la relaxation mentale suggère non pas de rationaliser ces images négatives mais de les remplacer. Exemple : créer et visualiser son "jardin secret", c'est un jardin agréable à regarder par ses couleurs, ses fleurs, ses odeurs, les bruits, etc. ; s'y promener par la pensée.

E. S'entraîner régulièrement en variant les mises en situation :

L'entraînement est l'affaire de chaque instant. Un manque de pratique prolongé rend l'exercice beaucoup plus difficile.

En conséquence, il faut profiter de la moindre occasion pour prendre la parole : tout rassemblement peut vous en offrir l'occasion, que ce soit au travail ou dans vos autres activités.

Essayez de vous fixer des "contrats", du genre : "au cours de cette réunion, je prendrai la parole avant la fin des 10 premières minutes, et la garderai au moins 3 minutes". Cela peut vous sembler loufoque mais c'est très stimulant, vous verrez !

Partie II : Préparation d'un exposé oral

II-1. les supports d'un exposé : logiciels et matériels audiovisuels

II-2 . Application : présentation d'un exposé (compte rendu, rapport, projet etc...)

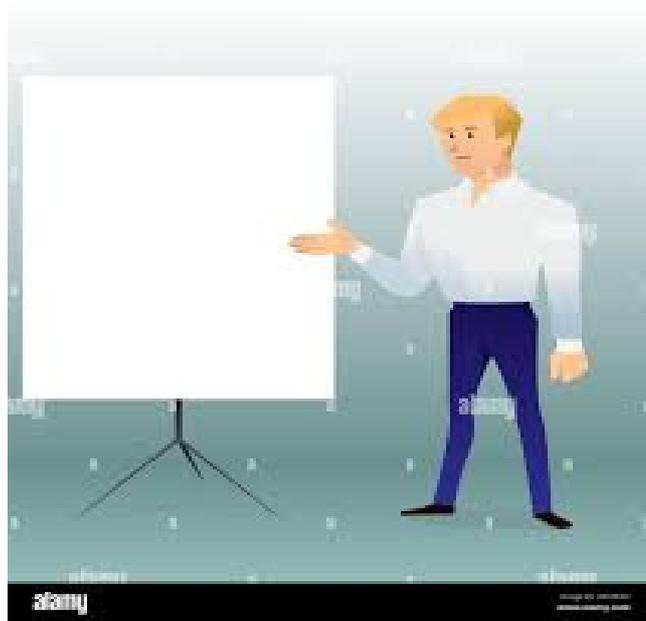


Présentez Comme Des Experts

Introduction

Une étude a démontré qu'à la question 'de quoi avez-vous peur ?', la réponse c'est de 'parler en public' qui obtient un score très élevé [1]. Parler en public tu va franchir une responsabilité. Contrairement à ce qui se passe lors d'une conversation normale, vous vous adressez à un public diversifié composé d'auditeurs très différents, qui vous perçoivent et interprètent votre histoire chacun à leur manière. Cette responsabilité c'est d'informer ce public, vous devez aussi le convaincre et maintenir son attention durant l'exposé, vraiment c'est difficile loin de l'ennuie. Car la seule connaissance du sujet ne suffit pas; vous devez aussi pouvoir l'exposer de manière captivante . Votre présentation n'est donc pas seulement importante pour votre image; elle l'est aussi pour l'image que vos auditeurs se feront de votre encadreur et de l'administration. Il n'y a pas de plus grand gaspillage de temps qu'un exposé ennuyeux dont le contenu aurait tout aussi bien pu être communiqué par e-mail.

Toutes les raisons sont dès lors réunies pour ressentir une certaine nervosité. Et pourtant, rares sont les personnes qui ne seraient pas capables de réussir une présentation. Il n'est pour autant pas question de refermer cette brochure : celle-ci contient des conseils très utiles pour apprendre à réussir une présentation orale. Un bon orateur maîtrise les techniques qui permettent de raconter des histoires passionnantes et agréables. Il sait quel message il veut faire passer et il adapte son histoire à son public. Autant d'aspects qui peuvent s'apprendre. Cette brochure peut vous aider à faire de votre présentation une réussite.



1. Avant la présentation

Si on vous demande de faire un exposé ou de donner une présentation, ou si vous décidez vous-même de le faire, il est important de ne pas vous lancer immédiatement dans le vif du sujet, mais de vous pencher d'abord sur le contexte. Réfléchissez au type de présentation que vous allez donner, à son objectif ainsi qu'au public ciblé. Entamez ensuite seulement la préparation pratique et la préparation du contenu. Une bonne préparation commence plusieurs semaines avant la présentation et prend du temps. Mais avant tout, demandez-vous si vous êtes bien la bonne personne pour faire cette présentation. Un de vos collègues ou de vos collaborateurs est peut-être meilleur orateur, ou peut-être a-t-il plus d'expertise que vous dans cette matière ? Votre égo peut se sentir flatté si on vous demande de parler en public, mais il vaut parfois mieux laisser cet honneur à un autre expert.



NE PEUR PAS SOYEZ CRITIQUE ET POSE-VOUS LES QUESTIONS SUIVANTES:

- Êtes-vous la bonne personne à la bonne place ?
 - Connaissez-vous l'organisateur ? Y a-t-il un lien entre votre organisation et l'organisateur ?
 - L'instance organisatrice peut-elle vous discréditer ou discréditer votre organisation, parce qu'il s'agit d'une initiative commerciale, d'un parti politique, d'une a.s.b.l. controversée... ?
 - Votre organisation ou vous-même avez-vous à y gagner ?
 - Quel est l'intérêt pour le public de vous entendre parler, vous et non quelqu'un d'autre ?
 - Une présentation est-elle réellement le bon moyen pour atteindre votre objectif et votre public ?
- Peut-être pouvez-vous vous adresser de manière individuelle à votre public, si celui-ci est restreint, ou pouvez-vous atteindre votre objectif plus rapidement via une communication écrite ?

1.1. Analysez le contexte



1.1.1. Dans quel contexte intervenez-vous ?

Vous a-t-on demandé de parler dans le cadre d'un congrès rassemblant plusieurs centaines de participants, ou devez-vous faire une présentation pour les cinq membres du comité de direction ?

Êtes-vous le seul intervenant ou d'autres personnes prennent-elles aussi la parole ? Les réponses à ces questions influenceront inévitablement la forme et le contenu de votre présentation. Lors d'un discours ou d'une présentation devant un large public (ex : dans un auditoire), vous devez avant tout être perçu comme étant sûr de vous et utiliser votre attitude et votre voix de manière optimale. Lors d'une présentation devant un petit groupe (ex : au cours d'une réunion), l'interaction aura beaucoup plus d'importance. Certaines situations requièrent aussi une approche spécifique: conférences de presse, discours de nouvel an, formations internes, instructions à des collègues.... Cette étude a été inspirée [2]

Vous êtes invité à parler dans le cadre d'une conférence ou d'une journée d'étude où d'autres intervenants prendront aussi la parole ?



Dans ce cas, rassemblez le plus possible d'informations sur les présentations des autres intervenants, contactez-les ou prévoyez éventuellement une rencontre préalable. Mettez-vous d'accord pour ne pas empiéter sur vos domaines respectifs et ne pas vous contredire mutuellement (à moins que ce ne soit le but recherché, par exemple dans un débat). Si vous êtes invité à parler lors d'un congrès, veillez à être présent tout au long de celui-ci. Vous pourrez ainsi entendre ce que racontent les autres intervenants et y réagir.

1.1.2. Quel est l'objectif de votre présentation ?

Quelle est la raison d'être de votre exposé ? Quel but voulez-vous atteindre grâce à votre présentation ? L'objectif est-il d'attirer l'attention, de motiver ou de convaincre, d'informer ou encore de susciter l'action ou un changement de comportement ?

Vous devez pouvoir décrire l'objectif spécifique de votre présentation en quelques phrases.

Vous devez pouvoir décrire l'objectif spécifique de votre présentation en quelques phrases.

Qu'est-ce que les auditeurs doivent comprendre, savoir, croire ou faire ? Vous pouvez utiliser le principe SMART pour résumer votre objectif :

Spécifique – L'objectif est clair et net (sans équivoque)

Mesurable – Les résultats à atteindre sont quantifiables ou observables

Acceptable – L'objectif est acceptable pour le public cible

Réaliste – L'objectif est réalisable

Déterminé dans le Temps – L'objectif est délimité dans le temps.



Un exemple sur le champs

• **Dans le cas d'une présentation sur Twitter pour un public large:** 'Je veux qu'à l'issue de la présentation, toutes les personnes présentes puissent citer trois avantages de Twitter.' (informer)

- **Dans le cas d'une présentation à des collègues sur la nouvelle procédure d'enregistrement des plaintes:** 'Je veux qu'au moins cinq collègues rejoignent le 'groupe de travail enregistrement des plaintes' dans la semaine qui suit la présentation.' (inciter à l'action)



1.1.3. Quel est votre public ?

Pour pouvoir vous mettre au mieux dans la peau de vos auditeurs, vous devez savoir à l'avance à qui vous vous adressez :

- S'agit-il d'un public professionnel (ex : des collègues, des directeurs du personnel) ou les participants viennent-ils par intérêt personnel (ex : à un salon, une soirée d'information) ?
- S'agit-il de jeunes, de pensionnés... ?
- Les participants se connaissent-ils ?
- Viennent-ils de leur plein gré ou leur présence est-elle obligatoire ?
- Quelles sont leurs attentes ? Y a-t-il des résistances ?
- Ont-ils des connaissances préalables ?
- Combien sont-ils ?

Demandez à l'organisateur un maximum d'informations sur le background (professionnel) de votre public (s'agit-il d'analystes, de managers, de vendeurs, d'étudiants... ?). Ou organisez vous-même une enquête préalable auprès de vos auditeurs, pour connaître par exemple leur position sur le sujet. Dans l'invitation, vous pouvez aussi demander aux participants de dire ce dont ils aimeraient vous entendre parler.



Arrivez bien à temps

afin d'établir d'emblée le contact avec votre public. Ces contacts informels préalables vous permettront de prendre la température et d'avoir une première impression de votre public.



1.1.4. Quel est votre style de communication et celui de votre public ?

Chacun a son propre style de communication: la manière dont vous transmettez l'information et dont vous la traitez. Grosso modo, on peut répartir les styles de communication en quatre types, qui varient selon deux axes : un axe 'orienté tâches' vs 'orienté relation' et un axe 'introverti' vs 'extraverti'. Orateurs et auditeurs ont chacun un style de communication dominant.

- **Analyste ('orienté tâches', introverti)** : experts, universitaires, documentalistes, gestionnaires de dossiers...
- **Directif ('orienté tâches', extraverti)** : managers, dirigeants, chefs d'équipe...
- **Participatif ('orienté relation', introverti)** : secteur social, assistants, accompagnateurs...
- **Expressif ('orienté relation', extraverti)** : experts en communication, acteurs, journalistes.

Chaque orateur a son propre style et le public a le sien. En tant qu'intervenant, vous devez tenir compte du style du public auquel vous vous adressez, et adapter votre propre style à celui de votre public. Il faut posé ces questions ; Quel est le style de communication ? Quel est le style de communication de mon public ? Une autre question importante Avez-vous déjà réfléchi au fait que vous avez un style propre ? Si vos présentations sont très structurées et que vous aimez jongler avec chiffres et tableaux, vous êtes probablement un 'analyste'. Un public d'universitaires appréciera votre style, car ils sont souvent eux-mêmes analystes. Un public 'directif' (ex : une équipe de management) trouvera probablement vos présentations beaucoup trop détaillées. Ce type de public requiert une approche très directe. Lors de chaque présentation, réfléchissez à la manière d'adapter au mieux votre style à celui de votre public.



1.2. La préparation pratique

1.2.1. De combien de temps disposez-vous ?

Il faut informer à l'avance les organisateurs de la conférence ou le président de la réunion du temps que vous avez besoin. Ne prévoyez jamais un exposé trop long pour le temps dont vous disposez. Tout le monde a déjà assisté à une présentation trop longue : Vous sentiez de la malaise. Le public se fatigue, les organisateurs s'impatientent et l'intervenant est frustré parce qu'il doit achever son discours à toute vitesse. Faites en sorte que votre discours soit fini avant que le public ait arrêté d'écouter.



Répétez votre présentation à haute voix. Cela vous permettra une bon signe pour le temps nécessaire.

Utilisez un truc par exemple poser une montre à un endroit bien visible ou utilisez dans PowerPoint la fonction "Utiliser le mode présentateur (dans l'onglet 'Diaporama')", ou dans Keynote la fonction 'Aide à la présentation'. La répétition vous permettra de gérer le temps pendant la présentation. Ajouter des notes personnelles que le public ne voit pas.

1.2.2. Comment se présente la salle ou le local ?



Si vous voulez éviter les (mauvaises) surprises, visitez à l'avance la salle/le local où aura lieu la présentation. Si vous ne pouvez pas vous rendre sur place, une visite virtuelle peut suffire. Consultez par exemple des photos sur le site internet, ou demandez qu'on photographie la salle pour vous. Quelles sont les dimensions de la salle ? Combien de personnes peut-elle accueillir ? Quelle est la disposition de la salle (auditoire, salle de réunion,...) ? Peut-on adapter la luminosité ? Y a-t-il assez de prises de courant ?...

Arrivez bien à temps de manière à pouvoir organiser la salle comme vous le souhaitez. Ayez les coordonnées de l'organisateur et du responsable de la salle à portée de main, au cas où vous auriez besoin de leur aide.

Choisissez un lieu central, facile d'accès en transports en commun, afin que les participants ne doivent pas se déplacer inutilement en voiture. Organisez un service de voitures partagées ou de navettes à partir de la gare la plus proche. Mentionnez dans l'invitation les possibilités de transports en commun.

1.2.3. De quel matériel avez-vous besoin ?



Certains orateurs savent captiver un public et maintenir son attention uniquement grâce à leur manière de présenter. La plupart des conférenciers professionnels utilisent cependant un support visuel : une présentation projetée sur écran. Les outils de présentation les plus courants à l'heure actuelle sont MS PowerPoint, Keynote pour Mac ou Prezi. L'utilisation d'un support visuel est pratique pour clarifier la structure de votre histoire et pour maintenir l'attention de votre public. La projection sert de support à ce que vous dites et ne doit en aucun cas détourner l'attention.

Vérifiez à l'avance l'équipement de la salle : ordinateur portable, beamer, connexion internet, pointer (télécommande de présentation)... Si vous donnez fréquemment des présentations, cela vaut la peine d'investir dans ce type de matériel. Vous l'aurez ainsi toujours à portée de main et vous éviterez les surprises désagréables.

Faites une liste complète du matériel dont vous avez besoin. Utilisez la check-list suivante :

- 1) Ordinateur portable/pc
- 2) Beamer/projecteur (+ câbles)
- 3) Ecran/smartboard
- 4) Connexion internet, wifi (gratuit)
- 5) Musique/son
- 6) Tableau blanc/feutres
- 7) Flipchart/feutres
- 8) Microphone
- 9) Caméra
- 10) Papier
- 11) Bics
- 12) Présentation sur clé USB



- 13) Documentation/brochures
- 14) Pointer (télécommande de présentation)
- 15) Coordonnées technicien
- 16) Coordonnées organisateur/
- 17) responsable salle

1.3. La préparation du contenu

1.3.1. Délimitez le sujet de la présentation

Si vous avez bien défini l'objectif de votre présentation, il ne sera pas difficile de délimiter clairement le sujet de votre exposé. Déterminez ce que vous allez et n'allez pas aborder. Soyez concis et ne tentez pas de dire tout ce que vous savez sur le sujet. Gardez en mémoire qui est votre public cible et ce qu'il doit savoir.

1.3.2. Rassemblez la documentation

Bien avant la présentation, recherchez le plus possible d'informations pertinentes, d'images, d'illustrations, de tableaux, de vidéos ...

1.3.4. Structurez votre histoire et développez votre exposé

Dans les grandes lignes, une présentation comporte une introduction, un développement et une conclusion.

- Dans l'introduction, il s'agit surtout de capter l'attention des participants et de les mettre dans de bonnes dispositions. Imaginez une phrase introductive percutante : la première phrase donne le ton. Elle doit être accrocheuse (sur le plan visuel ou auditif). Présentez-vous et exposez brièvement ce qui est au programme. Commencez par une anecdote ou faites référence à l'actualité. Dans l'introduction, présentez le sujet et donnez un aperçu de ce que vous allez raconter (table des matières). (voir point 2.2.1.)[5]

Il existe plusieurs techniques pour développer votre exposé. Vous pouvez par exemple ordonner vos idées au moyen d'un mindmap, d'un organigramme ou d'une arborescence, de postits... Une construction claire et logique est nécessaire pour maintenir l'attention de votre public. Il faut que l'histoire comme la structure servent votre message clé. Vous pouvez réaliser un mindmap au moyen de logiciels gratuits tels que FreeMind, Xmind, Freeplane, Mindmeister [6]

A ce stade-ci, ne commencez pas encore à élaborer votre support visuel, MS PowerPoint ou Prezi. Mettez d'abord clairement vos idées sur papier.

- Dans la conclusion, résumez votre message et donnez vos coordonnées. Imaginez une phrase de clôture dont les participants se souviendront (voir point 3.1.).

Faites preuve de créativité en ce qui concerne le titre de votre présentation. Par exemple : 'Unlock the intelligence, passion, greatness of girls' (TED, Leymah Gbowee); 'Let's take back the Internet!' (TED, Rebecca MacKinnon)[7]

1.3.5. Ajoutez des exemples, histoires et illustrations adéquats

Pour renforcer votre message, utilisez des exemples, histoires et images. Notre cerveau comporte en effet deux hémisphères, le gauche et le droit. L'hémisphère gauche est plus spécialement consacré aux mots, chiffres, analyses, faits, détails... L'hémisphère droit traite plutôt les images, les sentiments, les émotions, la fantaisie, la perception globale... Veillez à stimuler les deux hémisphères dans votre présentation.

- Une histoire rend le message accessible et concret. Impliquez votre public en lui racontant une histoire: c'est la technique du storytelling[8,9]. Le storytelling, ou 'l'art de raconter des histoires', a pour but de marquer les esprits en donnant du sens et en faisant appel aux émotions. Les histoires (anecdotes, récits, discours...) servent alors de vecteurs pour faire passer des messages plus complexes, selon le principe que pour atteindre la raison, il faut d'abord faire appel aux émotions.

Cette technique permet au public de se sentir davantage concerné, prêt à s'impliquer et à adhérer à une histoire.

Cinq règles d'or pour traduire votre message en une histoire qui marque les esprits :

- **Simple** : concentrez-vous sur l'essentiel de votre message (qu'est-ce qui est le plus important ?).

Les histoires les plus simples sont les plus stables et les plus pérennes.

- **Inattendu** : surprenez votre public. Plus une histoire est inattendue, plus elle aura de chances de capter l'attention et l'intérêt de votre public.

- **Concret** : évitez toute forme d'abstraction, privilégiez les images et les mots concrets. Votre public arrivera d'autant mieux à comprendre et à se souvenir de votre histoire qu'elle est concrète.

- **Crédible** : soyez vrai, authentique, crédible. Votre public doit croire en votre histoire : mieux vaut donc que sa crédibilité repose sur une certaine véracité.

- **Émouvant** : vos idées doivent avoir une portée émotionnelle. Faites appel aux émotions pour renforcer la pénétration de votre message et favoriser l'adhésion de votre public. Une image dit plus que 1000 mots. Choisissez les images adéquates et utilisez-les de manière fonctionnelle et originale.

- Si vous devez présenter des chiffres, utilisez de préférence des graphiques (et non des tableaux). Réalisez des graphiques sobres.

- N'hésitez pas à utiliser les outils de visualisation proposés dans Prezi et PowerPoint (SmartArt). Ils ont pour but de présenter l'information de manière plus accessible. C'est le moment de vous assurer que vous avez bien cerné votre public (voir points 1.1.3). S'il agit de 'directifs ou de décideurs' (ex : comité de direction), mieux vaut aller droit au but. Montrez uniquement les tableaux nécessaires à la prise de décision. Présentez les avantages et les inconvénients des différentes options et laissez décider les intéressés. Soyez concis.

** S'il s'agit d'un public d'analystes ou de penseurs (ex : experts, universitaires, scientifiques), mieux vaut prévoir suffisamment de statistiques et de tableaux clairs et univoques. Pour ce public, il est intéressant de prévoir de la documentation reprenant les références et les études complètes. Ce groupe aime les chiffres corrects et clairs. Une présentation basée sur des faits bruts aura le*

plus de succès. S'il s'agit surtout d'un 'public participatif ou de rêveurs' (ex : collaborateurs du service du personnel) ou 'd'expressifs ou de faiseurs' (ex : collaborateurs communication), vous avez intérêt à émailler votre exposé d'histoires. Le storytelling [8,9] est une technique intéressante à cet égard. Montrez que ce que vous racontez concerne tout le monde. Ce type de public est séduit par les images et vidéos bien choisies. Un public participatif requiert de l'empathie, tandis qu'un public expressif aime être impliqué de manière active.

***N'oubliez pas de respecter les droits d'auteur**

Trouver des illustrations, textes ou citations sur internet et les coller dans votre présentation est très facile, mais c'est interdit. En un clin d'œil, vous transgressez la loi sur les droits d'auteur. (COMM Collection 20, Droit d'auteur et propriété intellectuelle en questions, 2010). Le label Creative Commons signale s'il est permis de réutiliser une image ou un texte et sous quelles conditions. Plus d'infos sur www.creativecommons.org [10]

Trouvez des images libres de droits

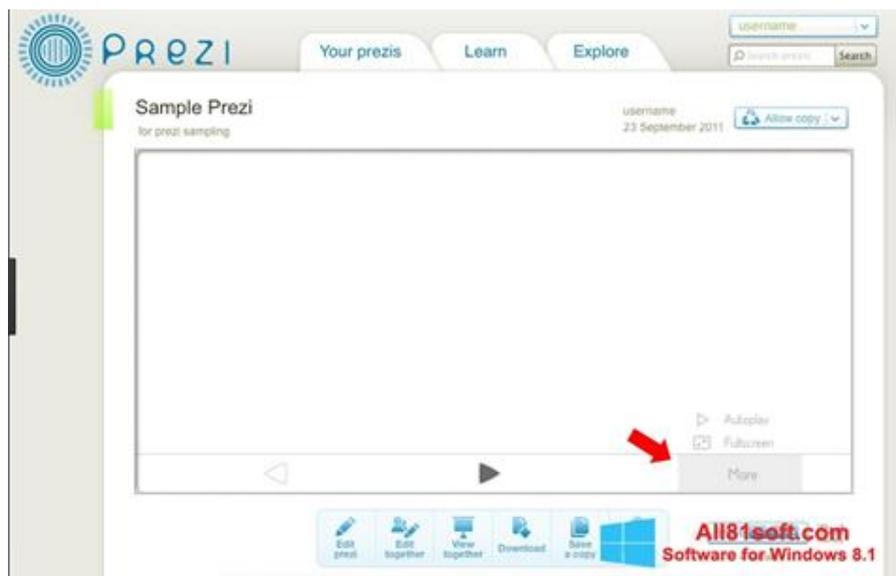
Vous pouvez bien sûr faire vous-mêmes des photos pour vos présentations, ou demander à un photographe de constituer une banque d'images pour votre organisation. De cette manière, vous aurez toujours des images adéquates sous la main, dont vous avez acquis les droits.

Pour acheter des images :

- Getty Images, www.gettyimages.com
- iStockphoto, www.iStockphoto.com
- Fotolia, www.fotolia.com
- Shutter Stock, www.shutterstock.com
- Shutter map, www.shuttermap.com
- 123RF, www.123RF.com
- Stock.XCHNG, www.sxc.hu
- Art beats, www.artbeats.com

Pour trouver des images gratuites :

- Morgue file, www.morguefile.com
- Flickr Creative Commons Pool,
www.flickr.com/creativecommons
- Image After, www.imageafter.com
- Everystockphoto, moteur de recherche,
www.everystockphoto.com
- Stock footage, www.stockfootageforfree.com
- **Remarque : Dans Prezi, vous pouvez insérer des images libres de droits en cochant ‘Show only images pre-licensed for use in Prezi’. Attention: si vous cochez cette option, le choix d’images sera restreint.**



Dans MS PowerPoint, vous pouvez utiliser les illustrations jointes (Clipart), mais celles-ci ne se distinguent pas par leur originalité.

1.4. La préparation d’un support visuel

Le moment est venu d’élaborer votre présentation au moyen de PowerPoint, Keynote ou Prezi. Gardez en mémoire que vous élaborerez un support visuel et qu’il ne s’agit pas ici de reproduire tout

le contenu de votre présentation. Le public entend ce que vous racontez; projeter le texte complet de votre présentation ne présente aucune valeur ajoutée. Etayez votre histoire à l'aide de mots clés bien choisis, d'images, de graphiques... Le but de la présentation PowerPoint ou Prezi est de mettre en évidence la structure de votre exposé et de rendre la présentation vivante. Choisissez **le support visuel** en fonction du public et du type d'information que vous voulez transmettre. Pour chacune de vos présentations, évaluez les avantages et les inconvénients que peut offrir chacun de ces supports. Quel que soit l'outil choisi, visez la simplicité. Pensez en termes de 'supprimer' et gardez-vous d'ajouter tout ce que vous savez. Utilisez beaucoup d'images et peu de texte.

1.4.1. PowerPoint ou Keynote

PowerPoint (ou Keynote pour les utilisateurs de Mac) est bien intégré et connu. L'avantage, c'est que l'utilisateur peut rapidement se mettre au travail. PowerPoint est prévu pour soutenir la structure linéaire de votre exposé. Le désavantage, c'est que l'utilisateur est tenu de respecter une structure uniforme : un titre et une zone de texte, où les items apparaissent sous la forme de bullet points. Il arrive souvent que PowerPoint soit utilisé à mauvaises fins, par exemple lorsque le texte est intégralement repris sur les slides. On appelle cela un 'slideument' : un document sous la forme de slide.

Caractéristiques de PowerPoint :

- Structure linéaire
- Utilisation simple (mise en page, sauvegarde offline sur clé USB...)
- Templates, vérification orthographique
- Ajout facile de matériel multimédia.

Pièges de PowerPoint :

- Structure figée qui rend difficile la navigation à travers la présentation
- Utilisation excessive de templates et de fonctionnalités
- Utilisation trop fréquente de bulletpoints

- Ajout excessif d'animations.
- Utilisez les éléments visuels de votre organisation.

La plupart des organisations disposent d'un template PowerPoint. Si ce template ne répond pas du tout aux conseils ci-dessous, il est peut-être temps d'en développer un nouveau.

- Si vous utilisez le template PowerPoint avec l'identité visuelle (logo...) de votre organisation, faites-le avec parcimonie. Il n'est pas nécessaire de placer le logo sur chaque slide, à l'exception du logo fédéral .be.
- Les titres et les sous-titres doivent être assez grands et surtout clairs et concis.
- Utilisez la police de caractère prescrite dans la charte graphique de votre organisation ou choisissez une police adéquate. 'Comic sans' convient pour les mouvements de jeunesse mais pas pour la présentation de votre rapport annuel.
- N'utilisez pas de longs blocs de texte. Pensez 'visuel' ! Un mélange d'images et de texte est plus facile à retenir.
- Choisissez un fond sobre. Optez pour un texte clair sur fond sombre dans une salle obscure, et pour un texte foncé sur fond clair dans une salle éclairée.
- N'évitez pas les blancs. Le vide sur les slides apaise.
- Les illustrations et les graphiques doivent être clairs, il ne faut pas laisser de place à l'interprétation ou à la fantaisie. Éliminez le fatras visuel, les redondances et l'information superflue. N'utilisez les images et les graphiques simultanément que s'ils se renforcent mutuellement.
- Soyez cohérent dans les transitions et les animations.
- Pour naviguer facilement, utilisez un pointer (télécommande de présentation) ou une commande à distance.

Remarque : Si vous êtes habitué à utiliser votre présentation PowerPoint comme aide-mémoire, il faut absolument que vous perdiez cette habitude. Préparez des notes personnelles que vous pouvez imprimer ou faire paraître dans l'option 'Utiliser le mode présentateur'. (voir point 1.2.1.).

Vous pouvez prévoir des slides cachées, pour les personnes qui demandent des détails, des chiffres, des références...

1.4.2. Exposez a l'aide de Prezi

On peut comparer une présentation sur Prezi à une grande affiche ou un mindmap, sur lequel on peut zoomer sur des détails et dézoomer sur l'ensemble. Mais il est aussi possible de parcourir la présentation de manière linéaire. Prezi est idéal pour aider votre public à garder une vue d'ensemble. Zoomer et dézoomer permet à l'auditoire de mieux suivre l'histoire. Via www.prezi.com, il est possible de créer un compte gratuit, sur lequel vous pouvez développer et conserver vos présentations en ligne. Celles-ci sont alors visibles pour tous les utilisateurs. Seule une licence payante permet d'ajouter un logo à votre présentation et de masquer complètement celle-ci voir ces deux références [11,12].

2. Pendant la présentation

2.1. La parole et le corps

La communication non verbale en dit parfois plus long que la communication verbale. Votre attitude, votre voix et votre apparence sont des facteurs très importants dans la réussite d'une présentation. La communication non verbale peut soutenir votre histoire ou au contraire la ruiner. L'impression que vous produisez sur votre public est déterminée pour 10% seulement par vos paroles, pour 40% par votre voix et pour 50% par votre attitude[13].

2.1.1. Comment gérer le stress ?



Soudain, vous entendez votre nom. C'est à votre tour de parler. Vous avez les mains moites, la gorge sèche, votre cœur s'emballe... Ce sont là des réactions tout à fait normales. Tout le monde est plus ou moins nerveux avant de prendre la parole en public. Ressentir un peu de stress n'est pas grave. Tant que le stress reste positif, il vous donne juste assez d'adrénaline pour rester vigilant pendant la présentation. En général, vous sentez monter la pression juste avant la présentation, mais celle-ci disparaît dès que vous commencez à parler. Inspirer profondément et boire un peu d'eau avant de commencer à parler peut aider. Les personnes souffrant réellement de stress peuvent pratiquer le yoga, les techniques de méditation, la Mindfulness.. Veillez à arriver bien à temps sur le lieu de la présentation afin de pouvoir vous préparer tranquillement. Arriver une demi-heure à l'avance n'est certainement pas un luxe.

2.1.2. Quelle attitude adopter ?

- A) Cherchez une position stable.
- B) Posez les deux pieds à plat au sol.
- C) Ne vous balancez pas, ne croisez pas les jambes.
- D) Vous pouvez vous promener dans la salle, mais ne marchez pas de long en large.
- E) Tenez-vous droit et ne vous appuyez pas contre le mur ou la table.
- F) Ne vous tenez pas trop éloigné, mais pas trop près non plus de votre public.
- G) Ne vous cachez pas derrière un bureau, une table ou une tribune.
- H) Recherchez le contact visuel avec les participants.

- I) Ne tournez pas le dos au public (par exemple, lorsque vous écrivez au tableau)
- J) Ne mettez pas les mains en poche et videz vos poches: pas de portefeuille, de gsm ou de clés qui détournent l'attention.
- K) Ne vous passez pas sans arrêt la main dans les cheveux.

Veillez à pouvoir circuler librement et à ne pas dépendre de la souris de votre ordinateur pour passer à la slide suivante. Un pointer (télécommande de présentation) ou la commande à distance du beamer (si celui-ci est relié au portable ou au pc par un câble USB) peuvent être d'une aide précieuse. Ils vous permettent de naviguer facilement d'une slide à l'autre.

Éteignez complètement votre gsm (ne le mettez pas seulement en mode silencieux) pour empêcher toute interférence avec le micro pendant votre présentation.

2.1.3. Comment utiliser la voix ?



Votre voix vous permet de maintenir l'attention des auditeurs. La voix se travaille. Lorsque vous racontez une bonne histoire, vous utilisez automatiquement votre voix pour maintenir le suspense. C'est exactement la même chose pendant une présentation.

- Ayez un verre d'eau à portée de main et buvez régulièrement.
- Variez le rythme, le ton et le volume ; adaptez le volume à la salle, mais ne criez pas.

- Utilisez un micro si nécessaire, et utilisez-le correctement (pas trop près de la bouche, ne pas le tapoter...).
- Intercalez des pauses pour faire monter la tension. Les auditeurs apprécient les pauses pour reprendre leur souffle.
- Soignez votre intonation.
- Pendant toute la présentation, prenez le temps de respirer correctement, sinon les mots vous resteront dans la gorge. Expirer est aussi important qu'inspirer.
- La voix aide à mettre l'accent sur les éléments importants.

Exercez Vous !!!!

Faites le test et remarquez à quel point les accents peuvent être importants. Prononcez la phrase suivante en mettant l'accent sur le mot en gras

je n'ai **pas** dit qu'il avait emprunté mon livre.

je n'ai pas dit qu'il avait **emprunté** mon livre.

je n'ai pas dit qu'il avait emprunté **mon** livre.

je n'ai pas dit qu'il avait emprunté mon **livre**.

2.1.4. Quelle tenue vestimentaire choisir ?

Veillez à avoir une tenue soignée lorsque vous faites une présentation. Vos vêtements sont aussi une forme de communication non verbale. Tenez compte du code vestimentaire de l'organisation ou du public auquel vous vous adressez. Portez des vêtements dans lesquels vous vous sentez à l'aise et qui ne détournent pas l'attention.

2.1.5. Langage

Utilisez un langage courant simple et certainement pas de dialectes. Veillez à ne pas paraître trop informel.

Evitez :

- Les tics de langage : euh, bon, oui, allez...

- Les adverbes tels que : éventuellement, peut-être, un peu... Ces mots nuisent à votre histoire. On dirait que vous doutez de ce que vous dites.
- Le jargon : sauf si votre public est familiarisé avec ces expressions. (ex : ‘Chod’ pour ‘Chief of Defence’, ‘MOD’ pour ‘Minister of Defence’).
- Les constructions passives.

2.2. L’interaction avec le public

2.2.1. Établir le contact

Voici cinq choses que vous pouvez faire pour améliorer la première impression auprès de votre public :

- **Avancer** : aller vers le public
- **Accueillir** : faire un geste d’ouverture
- **Regarder** : établir le contact (le contact visuel est en outre un élément important de feedback pendant la présentation)
- **Respirer** : vous poser
- **Sourire** : faire plaisir.

Commencez par vous présenter, afin que le public n’ait pas affaire à un inconnu. Dites au public en quelle qualité vous êtes là, de quoi vous allez parler et comment vous allez traiter le sujet. Ensuite, vous devez capter l’attention et impliquer les auditeurs.

Quelques moyens de capter l’attention lors d’une présentation :

- Une citation : ‘Une bonne présentation un costume est le choix parfait
- Un exemple spectaculaire.
- Une anecdote : Auparavant, les professeurs d’université étaient parfois un peu provocateurs.

Pendant la première heure de cours, ils demandaient aux étudiants de serrer la main de leurs voisins de gauche et de droite. Et ils ajoutaient : ‘L’un de vous trois réussira cette année’.

- Dévoiler un secret.
- Une info significative : ‘Il n’y a que 15 femmes parmi les hauts fonctionnaires.’

- S'inspirer de l'actualité : 'Hier, c'était la journée des femmes. Et aujourd'hui, c'est de nouveau la journée des hommes, comme tous les jours...', 'Cet hiver, des dizaines de familles ont dormi dans le froid glacial.'
- Les questions rhétoriques.
- La provocation : 'Les meurtriers, les voleurs, les violeurs, les escrocs, les terroristes, bref tous les malfaiteurs qui s'ingénient à faire de la vie de leur prochain un enfer, sont depuis près de 20 ans ma principale source de revenus' (Intro du criminologue Andreas Burier, dans les années '80)
- Exagérer.
- Transgresser un tabou.
- Un exemple inspiré de sa vie personnelle (les enfants, les tantes, les grand-pères sont une véritable source d'inspiration) 'Mon grand-père disait toujours : ... 'Mes enfants ...'.
- Faire des comparaisons : 'Quelle est la différence entre ... et ...'
- Utiliser l'humour.
- Utiliser les émotions : 'Chaque jour, x personnes meurent ...'
- Mettre en scène un objet : 'Qui connaît le rapport entre ceci (un crayon) et ceci (une cassette)? Alors vous avez plus de 40 ans.'

Parler, c'est séduire.

2.2.2. Maintenir l'attention du public

La plupart des gens ne savent pas écouter avec concentration pendant plus de 10 minutes. Il faut en outre tenir compte de la courbe d'attention, qui indique que le public écoute avec concentration le début et la fin d'une présentation (à condition que vous l'annonciez). Tenir le public en haleine est un art. Jouez de votre public comme d'un instrument. Introduisez votre présentation en lui posant par exemple une question et faites régulièrement des pauses pour poser de nouvelles questions. 'Qui connaît Prezi?', 'Qui s'est déjà endormi lors d'une présentation?', 'Qui n'a encore jamais brûlé un

feu rouge ?' Autre exemple : distribuez des cartes rouges et vertes, et demandez au public de les utiliser pour faire connaître son avis. Veillez à ne pas toujours poser vos questions à un seul côté de la table ou de la salle, et essayez d'impliquer tout le monde. Vous pouvez aussi attirer l'attention en vous adressant personnellement aux auditeurs ou en racontant des anecdotes personnelles. Manifestez votre passion pour ce que vous faites. Soyez sincère. Si vous n'êtes pas motivé par votre sujet, le public le remarquera immédiatement. Ayez de la présence et bougez :

- ne parlez jamais dans le noir
- ne vous tenez pas derrière une table
- ne restez pas scotché à votre portable. Fixez d'emblée les règles du jeu en ce qui concerne les questions et réponses. Les participants peuvent-ils poser leurs questions à tout moment ou préférez-vous qu'ils les posent à la fin de la présentation ?

3. Après la présentation



3.1. Clôturer

Après la présentation, prenez le temps de répondre aux questions. Imaginez ensuite une phrase de clôture percutante. Quelques exemples :

- Vous pouvez quitter la salle et tout oublier, sauf ceci...

- Renvoyez au début de la présentation. ‘Je vous ai demandé en début d’après-midi qui avait un compte Twitter. Qui est maintenant curieux et ira voir tout à l’heure ce qui se dit sur Twitter ?’
- Une citation : ‘Une bonne présentation est comme une mini jupe: assez longue pour contenir l’essentiel et assez courte pour rester captivante.’ ‘Aller à pied est toujours plus rapide, lorsqu’on ne sait pas rouler à vélo’ (pour encourager les participants à essayer quelque chose de nouveau)

Restez encore quelques instants après la fin de la présentation, de manière à nouer des contacts ou entamer une discussion. Ayez vos coordonnées/cartes de visite à portée de main.

A éviter : ‘Je vois que je n’ai plus beaucoup de temps, je vais donc rapidement terminer’, ‘Je ne vais pas vous ennuyer plus longtemps avec mes histoires...’, ‘C’est à peu près tout ce que je voulais vous dire’. C’est la meilleure manière de décrédibiliser votre exposé [14].

Exemple d’un mot de clôture réussi

3.2. Partager les informations

- Imprimés : prévoyez des documents reprenant le texte complet, un résumé ou une bibliographie. Ceci sera surtout apprécié par un public d’ ‘analystes’ et de ‘penseurs’. Un public de dirigeants appréciera un aperçu reprenant uniquement les points essentiels et nécessaires à la prise de décision (executive summary). Ne distribuez pas de copie de toutes vos slides. Celles-ci doivent servir de support à votre présentation et pas de documents à distribuer.
- En ligne : renvoyez si possible à un outil en ligne sur lequel votre public trouvera des informations complémentaires, de la documentation et éventuellement la présentation complète.

Quelques exemples d’outils en ligne :

- Le site internet de l’organisation ou du congrès/de la journée d’étude.
- L’intranet (si la présentation est destinée aux collaborateurs de votre organisation)
- beConnected [15]

Grâce à cette plateforme électronique, tous les membres du personnel fédéral peuvent collaborer à distance et gérer des documents en ligne. Les documents se trouvent dans un environnement entièrement sécurisé. En fixant les droits d’accès, vous pouvez faire en sorte que seul le public cible

y ait accès, ou vous pouvez donner accès à un public plus large. Via la fonctionnalité ‘Audit’, vous pouvez vérifier qui s’est intéressé à votre document. Pour le personnel de l’administration fédérale, c’est un instrument idéal pour partager documents et informations. [16] www.fedweb.belgium.be >

A propos de l'organisation > Gestion des connaissances > beConnected

- Slideshare ou Scribd permettent d’organiser, de publier et de partager des documents et des présentations. Ces outils en ligne sont conviviaux et gratuits. [17]<http://www.slideshare.net/>, <http://www.scribd.com/>

Bibliography

[1]-Verderber, R., 1976; Gallup Survey, 2001

[2] COMM Collection 14, Communiquer durablement, 2006.

[4] De kern van een goede presentatie, De Beuk, 2011 <http://youtu.be/9KFDkcIqM-E>

[5] Presenteren: start met een goed verhaal, Gunnar Misschielssens, 2009 <http://youtu.be/BJ6kgKuoovc>.

[6]TED: Nancy Duarte, Comment faire une présentation stimulante, inspirée par l'idée de 'changer le monde' :<http://youtu.be/UfQF3DXG-S>

[7] (TED, Leymah Gbowee); 'Let's take back the Internet!' (TED, Rebecca MacKinnon)

[8]Power of storytelling, Raf Stevens, 8/11/2011 http://youtu.be/v0FVm_H_D18

[9]Corporate Storyteller, Raf Stevens, http://youtu.be/BsGFngNp_5U

[10] Creative Commons www.creativecommons.org

[11]Animer une présentation (2ième Partie), VODemotionTV, Florence Chauve, 2010
<http://youtu.be/JJDN0A90Vls>

[12] Every Presentation Ever: Communication FAIL, 2012 <http://youtu.be/rIABo0d9MVE>

[13] Effectief presenteren, De Beuk, 2011 <http://youtu.be/vCjQjyLurj0>

[14]TED: Peter Hinssens: The Tiger and the rock. <http://youtu.be/F4RMDoGCCCK0>

[15]<https://beconnected.belgium.be>

[16] www.fedweb.belgium.be

[17] <http://www.slideshare.net/>, <http://www.scribd.com/>