

A large black silhouette of a person's head and shoulders is positioned on the left side of the page. The person is depicted as if speaking into a microphone, with a white outline of the microphone and a speech bubble containing the number '18'.

Didier Chambaretaud
multi-organisateur de TEDx

18 MINUTES POUR RÉUSSIR VOTRE PRÉSENTATION

Accrochez votre public
Racontez votre histoire
Préparez-vous en leader

EYROLLES

18 MINUTES POUR RÉUSSIR VOTRE PRÉSENTATION

Votre carrière dépend d'une présentation.

Vous avez un week-end pour préparer des slides « impactantes ».

Vous sentez monter une trouille irrépressible avant de prendre la parole devant un auditoire...

Cet ouvrage est fait pour vous !

Pratique et complet, il vous entraîne à la prise de parole en public en s'inspirant de l'expérience et du format TED (des talks de 18 minutes maximum). Pas à pas et exemples à l'appui :

- Incarnez votre message en travaillant l'éloquence ;
- Concevez votre scénario et votre storytelling ;
- Préparez-vous en leader en soignant votre corps, vos supports et vos accessoires.

Cette mine de conseils est illustrée par des vidéos d'experts sur lesquelles vous pourrez vous appuyer pour, vous aussi, faire des présentations qui cartonnent !



Didier Chambaretaud est start-uper, consultant et curateur/coach de plusieurs TEDx. Il est passé par le conseil en stratégie, la direction au sein de groupes technologiques et la reprise de PME. Formé aux affaires (ESCP Europe, MBA Georgia State University), il accompagne en France et à l'étranger aussi bien de grandes entreprises, des dirigeants de PME que des collectivités territoriales en croisant les apports d'univers différents.

**18 minutes pour réussir
votre présentation**

Didier Chambaretaud

Multi-organisateur de TEDx

18 minutes pour réussir votre présentation

EYROLLES



Groupe Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05

www.editions-eyrolles.com

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'Éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2016
ISBN : 978-2-212-56368-9

« Il fut un temps où la Vérité se promenait sans voiles parmi la foule, c'était la Vérité toute nue. Ceux qui la voyaient se détournaient d'elle, par honte ou par crainte, car ils étaient incapables de la regarder en face. La Vérité, mal accueillie, inopportunne, détestée, errait donc parmi les peuples de la Terre.

Un jour, seule et sans amis, elle rencontra la Parabole qui marchait gaiement, vêtue de beaux vêtements multicolores.

“Vérité, pourquoi sembles-tu si triste et misérable ? demanda la Parabole, avec un grand sourire.

– Parce que je suis si vieille et si laide que les gens se détournent de moi, répondit-elle amèrement.

– Allons donc ! dit la Parabole en riant, ce n'est pas pour cette raison que les gens t'évitent. Prends quelques-uns de mes vêtements, promène-toi et tu verras...”

La Vérité mit donc quelques-uns des beaux vêtements de la Parabole et partout où elle alla, elle fut bien accueillie.

Les hommes ne peuvent regarder en face la Vérité nue, ils la préfèrent de beaucoup déguisée en Parabole. »

Parabole de la tradition juive

Avertissement

Je ne parle ici qu'en mon nom propre et non en porte-parole de TED. C'est le souhait légitime de TED que les organisateurs de TEDx ne parlent pas au nom de TED. Je le rappelle donc ici clairement. Je me démarquerai d'ailleurs ici ou là de TED et de certains TEDx.

En plus du vécu TED/TEDx et de mon goût pour les histoires, ce sont mon ancien métier de consultant et l'actuel, d'entrepreneur, qui m'inspirent pour prendre la plume sur ce sujet. Avec ce livre, ce qui était autrefois pour moi un moyen est devenu le cœur du message.

Ce n'est pas non plus mon souhait de me limiter à l'apport de TED. Je trouve plus utile de mettre en perspective l'apport indéniablement novateur de TED avec les contextes et pratiques professionnels que je connais bien et aussi avec nos acquis culturels originaux traditionnels. Les contextes français et francophone méritent à la fois l'enrichissement de l'apport TED et le respect de nos différences culturelles qui sont aussi une véritable richesse et non des coquetteries inadaptées au monde « globalisé » comme il est parfois de bon ton de l'écrire.

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	11
ET SI JE RACONTAIS MON HISTOIRE	15
1 LE « POURQUOI » ET LE « QUOI » DE LA PRÉSENTATION TED	25
POURQUOI UNE PRÉSENTATION « COMME À TED » ?	27
PIMP : QUATRE PRINCIPES D'ACTION	41
ACCMAR : SIX CRITÈRES D'IMPACT	45
É×É+E : DEUX COMPÉTENCES PLUS UNE.....	55
2 COMMENT INCARNER VOTRE MESSAGE ?	65
MAÎTRISER L'ART ORATOIRE	67
TIRER PROFIT D'UN FORMAT COURT	75
FAIRE DU TRAC UN ALLIÉ	83
ÊTRE NATUREL... OU PAS ?	97
FAIRE PARTAGER DE L'ÉMOTION	107

UTILISER L'HUMOUR... À BON ESCIENT	117
CRÉER ET ACCUEILLIR LA SURPRISE	129

3 COMMENT CONCEVOIR VOTRE « HISTOIRE » ? 137

RACONTER UNE HISTOIRE, ÇA MARCHE !	139
STORYTELLING, PAR-DELÀ LE BIEN ET LE MAL.....	151
UNE HISTOIRE DE BIPÈDE	161
TROIS USAGES DU STORYTELLING	167
HOLLYWOOD ET LE SCÉNARIO PARFAIT	177
LES CARACTÉRISTIQUES VMPR DE VOTRE PRÉSENTATION EN ENTREPRISE.....	193
TYPOLOGIE D'HISTOIRES « CORPORATE ».....	203

4 COMMENT VOUS PRÉPARER EN LEADER 217

QUEL EST VOTRE MESSAGE ?.....	219
STRUCTURATION : LA MÉTHODE DES DEUX ENTONNOIRS	225
PAR QUOI JE COMMENCE ?.....	235
UNE STRUCTURE TYPE EST-ELLE POSSIBLE ?	247
LE CHOIX DES MOTS.....	257
LE CHOC DES PHOTOS	271

LA MAÎTRISE DE L'ESPACE SCÉNIQUE.....	281
LE CORPS DE L'INTERVENANT	293
LA MÉTHODE DU PENDULE.....	301
DE L'ART DE LA CONVERSATION À LA VOIE DU LEADER	313
POUR MÉMOIRE	317
REMERCIEMENTS.....	319
BIBLIOGRAPHIE	321
TABLE DES TALKS ANALYSÉS	327
TABLE DES FOCUS	331
INDEX DES NOTIONS	333
INDEX DES PERSONNES CITÉES	335

LE « POURQUOI » ET LE « QUOI » DE LA PRÉSENTATION TED

« Ce qui fait que les leaders sont des leaders, c'est leur capacité à communiquer non pas sur le quoi... et encore moins sur le "comment", mais bien sur le "pourquoi".

D'après Simon Sinek

Pas d'erreur, ce livre traite bien du « **comment** »... Et c'est au « **pourquoi** » que nous nous intéresserons en premier lieu. Pourquoi prenez-vous la parole ? En surface, la question est évidente ; mais quelle est votre vraie raison de prendre la parole ?

Que vous soyez animé de profondes motivations ou non, il est tout simplement préférable de commencer par traiter sérieusement du « **pourquoi** »... de votre présentation. C'est pourquoi nous évoquerons d'emblée le « **pourquoi** » d'une présentation comme à TED... !

Nous en profiterons pour définir le « **quoi** » grâce auquel nous poserons quatre principes de travail et six critères d'efficacité issus de notre expérience de TED et des TEDx et qui nous seront utiles tout au long de cet ouvrage...

POURQUOI UNE PRÉSENTATION « COMME À TED » ?

Dans sa vidéo TEDx, Simon Sinek développe en effet brillamment et simplement pourquoi il est si fondamental de commencer par « pourquoi ». Avec un discours et une mise en scène sans fioritures, il fait face au public très réduit de l'un des premiers TEDx : TEDxPudgetsound en 2009.

■ LES LEADERS COMMENCENT PAR LE « POURQUOI »

Depuis, cette vidéo a fait le tour de la planète. Elle a été vue sur le site TED.com plus de 20 millions de fois et cet intervenant a construit une renommée planétaire. Quel est son message ? Une démarche efficace sera d'emblée de faire adhérer à une conviction ou à une vision annoncées et non pas de chercher à convaincre par des arguments purement rationnels, une construction linéaire déductive et logique et/ou par des effets éblouissants. Vous devez donc partir du « pourquoi » et non du « quoi » ou du « comment ». Voici plus précisément ce qu'il nous conseille :



« POURQUOI »

Simon Sinek, TEDxPudgetSound 2009

<https://youtu.be/qgvYXwLjESw>



Ce qui fait que les leaders sont des leaders, c'est leur capacité à communiquer non pas sur le « quoi », c'est-à-dire sur les produits, les caractéristiques factuelles, les plans d'action ou les aspects rationnels en général, et encore moins sur le « comment », mais bien sur le « pourquoi », c'est-à-dire sur ce qui correspond à

l'essentiel, au but fondamental, à une conviction profonde. Ainsi le public, en les écoutant, les partage d'emblée au lieu d'attendre une lointaine conclusion découlant d'une analyse rationnelle, elle-même résultant de nombreux attendus et de nombreuses données factuelles... Notre cerveau est le siège de notre raison, mais il ne procède pas ainsi !

Il est en effet plus efficace d'amener les gens à ressentir votre conviction d'abord plutôt que de chercher à les persuader. Si vous parvenez à les toucher ainsi, ils voudront naturellement en savoir plus sur votre idée, voire sur votre produit. J'ajoute de mon propre chef que cela nécessite que vous ayez d'abord une véritable conviction à partager ! C'est plus facile bien entendu que quand vous vous sentez obligé à restituer un discours auquel vous ne croyez pas. Tous vos *slides 9.0* ne pourront rien changer à cette vérité de base !

Dans vos présentations, comme dans TED/TEDx, une démarche efficace sera donc très tôt de faire visualiser à votre public le pourquoi de votre sujet, à quoi il sert et ce qu'est l'enjeu attaché. Commencez par « pourquoi » et votre message sera fort et clair ! Voilà déjà un premier principe sur lequel nous reviendrons dans le chapitre qui traite des principes d'une présentation qui a de l'impact (*cf. p. 45*).

■ GAGNER LE CŒUR DE VOTRE PUBLIC AVANT SON ESPRIT

Cette démarche consiste rien moins qu'à gagner le cœur du public. Les arguments rationnels ne sont pas à exclure pour autant. Ils viennent en appui. Là se situe la puissance de TED/TEDx qui reconnaît l'importance de l'émotion et même sa primauté sur le rationnel. Celui-ci n'est pas exclu, mais la brièveté des sujets oblige à reconnaître et à exploiter cette primauté. La ligne de partage est floue et mince entre manipuler et influencer, comme dans tout échange humain. J'aborde plus loin rapidement le « risque » de manipulation d'une telle approche.

La tradition américaine du prêche et de la prédication est sans doute inconsciemment pour beaucoup dans l'approche TED/TEDx. Et comme il se trouve toujours des gens pour voir en TED, comme en quoi que ce soit de nouveau, un risque de mainmise sectaire, il me faut vite vous rassurer. Non, TED n'est pas une secte et l'organisation « brownienne » des TEDx oblige à une diversité telle qu'aucune secte n'y résisterait bien longtemps sans que ne se produisent des schismes à chaque événement... !

Une tradition américaine¹ : la prédication et le prêche

Partis d'Europe à l'issue des guerres de religion, les *Pilgrim Fathers* et leurs suivants ont construit en Amérique leur nouvelle Jérusalem sabre au clair, Bible à la main et puritanisme au cœur sans connaître la révolution des Lumières. À la fin du XVIII^e siècle, quelque chose changea : le puritanisme d'origine se recroquevillait sur lui-même alors que la société se développait en inventant les bases de l'industrie et de la consommation modernes et qu'affluaient toujours plus d'immigrants emmenant avec eux les cultes les plus variés.

À partir du foyer de l'université de Harvard où s'illustrèrent, par exemple, le philosophe et pasteur unitarien Ralph Waldo Emerson et, plus tard, le médecin inventeur de

1. Pour un travail précis et neutre, lire Catherine Albanese *A Republic of Mind and Spirit : A Cultural History of American Metaphysical Religion*, New Haven, Yale University Press, 2007.

la psychologie moderne William James, le vieux puritanisme se repense sous la pression d'apports extérieurs. C'est le renouveau des Églises calvinistes (baptistes, pentecôtistes, mormons, évangélistes, Témoins de Jéhovah...). On soigne les dépressifs et on expérimente des médecines nouvelles. Arrivent aussi catholiques, bouddhistes, hindouistes et apparaissent Églises de la Nouvelle Pensée, New Age et autres « sectes » jusqu'au phénomène actuel des Méga Churchs, le tout dans un contexte où tolérance religieuse se conjugue avec concurrence commerciale et économique.

Chaque Église, chaque paroisse, chaque communauté affronte toutes les autres en paroles. Chacune est conçue et organisée comme une entreprise. Leur combat pour attirer les fidèles et lever des fonds est la prédication, leur arme est le prêche. De Ralph W. Emerson et de William James, en passant par les guérisseurs magnétiseurs Phineas Quimby et Mary Baker Eddy, en continuant par des littérateurs comme Mark Twain ou les précurseurs du développement personnel comme William Walker Atkinson, Wallace D. Wattles, Napoleon Hill, Norman Vincent Peale, Earl Nightingale... la parole et la plume se font outils de persuasion et de recrutement et moins, comme en Europe aux mêmes époques, outils d'un débat intellectuel ou révolutionnaire.

L'art oratoire et le *storytelling* débridés deviennent ainsi au xx^e siècle les fers de lance de l'émergence et de la survie de tous ces mouvements religieux. Ils ont été au cœur des techniques commerciales, managériales, politiques et du divertissement comme ils soutiennent aujourd'hui la vague technologique partie de la Silicon Valley !

Quelques spécialistes du *motivational speaking* (discours de motivation) adulés par les foules, directement issus de la tradition américaine du « prêche motivationnel » et faisant parfois l'objet de saines réserves, tel Anthony Robbins, ont réussi à se frayer un passage jusqu'à la scène de TED/TEDx. Mais ils sont toutefois et, à mon avis, resteront, des exceptions.

Mais revenons à nos « pourquoi » à nous afin d'expliquer plus précisément le « pourquoi » de ce livre ! N'a-t-on pas déjà tout dit, tout écrit sur la prise de parole en public ? Sans doute que oui et... assurément non.

■ SOYEZ ORIGINAL SANS TOUT RÉINVENTER !

Les plus grands auteurs de tous les temps n'ont-ils pas déjà tout dit et tout écrit ? Les plus grands poètes tels Ronsard ou Baudelaire n'ont-ils pas déjà trouvé les formules les plus belles ? Et pourtant rien n'empêchera, et c'est heureux, un soupirant de faire sa déclaration à sa belle et pour cela de tout réinventer... parce qu'elle le vaut bien, dit le slogan ! Idem pour une présentation : le premier « pourquoi », c'est que votre public le vaut bien !

Et il est aussi possible d'être entièrement original... tout en réutilisant les principes, méthodes et outils qui marchent déjà ! L'expérience acquise dans les TED/TEDx renouvelle le genre oratoire et montre qu'intervenants débutants comme chevronnés ont encore énormément à en apprendre.

Dans ce livre, nous vous proposons d'utiliser l'expérience et le savoir accumulés par TED/TEDx de deux façons :

- TED/TEDx est un gigantesque amphithéâtre ouvert, nous y trouverons de nombreuses références didactiques et des experts qui nous feront partager leur savoir sur notre sujet ;
- TED/TEDx est un fantastique bac à sable proposant de nombreuses mises en pratique de notre propos. Parfois, nous proposerons des exemples mondialement connus de *talks* mémorables et parfois il s'agira de vidéos moins connues, mais intéressantes sous tel ou tel angle pertinent pour notre démonstration. Et enfin, il pourra s'agir d'illustrations *a contrario* ou «en creux» de ce qu'il nous faudrait plutôt éviter...

■ « TED, C'EST DU STORYTELLING, CE N'EST PAS NOUVEAU ! »

Cette phrase, à quelques variantes près, je l'ai lue de personnes ayant parcouru mes articles de blog commentant des vidéos TED et je l'ai entendue de la bouche de « communicants » qui se pensaient supérieurement informés. Il s'agissait pour ces personnes de « prendre de la hauteur » et de montrer que le *storytelling* n'est en fait que de la communication, c'est-à-dire de la pub... À ces personnes cultivées et bien informées, on ne va tout de même pas raconter l'histoire comme si elle était neuve !

C'est souvent l'état d'esprit initial de certains communicants, organisateurs d'événements, directeurs de communication d'entreprises ou d'institutions territoriales sociales, politiques ou économiques. Souvent, en réalité, ils n'avaient jamais entendu parler de TEDx avant qu'on leur présente un projet TEDx ficelé qu'ils n'avaient plus qu'à récupérer... mais ils avaient l'impression de connaître... ils en avaient vu bien d'autres au cours de leur carrière ! J'ai même failli les croire tellement ils étaient persuasifs...

En vérité, tous ces experts de la première heure avaient tout à fait raison. Rien n'est nouveau sous le soleil. Pourtant, fondée concernant l'accessoire, leur critique instinctive manque l'essentiel : l'approche TED peut réellement apporter beaucoup à une présentation ou à un événement public. Je crois même qu'il y a désormais un avant et un après-TED !

Une tradition du *storytelling* d'affaires : les *keynotes*¹

Souvenons-nous de la dernière *keynote* d'Apple présentant la Watch et sur la nostalgie du « *one more thing* » (encore une petite chose). Steve Jobs avait instauré une tradition lors des *keynotes*. Les fans attendaient ce moment avec impatience. Steve Jobs faisait semblant d'avoir terminé sa présentation et commençait à sortir de scène. Puis à la manière de l'inspecteur Columbo, il revenait en disant : « *One*

1. Steve Jobs : www.youtube.com/watch?v=dkDMvYCvqyA

more thing !» comme s'il avait oublié un détail anodin. Et tout le monde savait que la plus importante annonce allait se produire à ce moment-là ! Mais l'origine des *talks* n'est aucunement limitée à Bill Gates ou à Steve Jobs.

La tradition des *keynotes* a indubitablement influencé TED au moins par sa proximité. Elle ne nous renseigne pourtant pas sur l'origine, sur la profondeur sur ni la véritable nature du phénomène *storytelling*. Patience !

■ PRENDRE LA PAROLE EN PUBLIC, UN ACTE CENTRAL POUR TOUT LEADER

À l'heure où j'écris ces lignes, malgré le succès mondial de TED/TEDx, on m'objecte toujours que peu de gens encore connaissent... Et, dans les entreprises, nombre de présentations sont encore sans saveur ni intérêt. Leurs acteurs se noient encore dans un déluge de *slides* le plus souvent illisibles mais bien « chartés ». La réalité de ces présentations et de ces réunions, c'est qu'elles sont très soporifiques. Que peut-on en déduire, à votre avis, sur l'efficacité commerciale et managériale et sur la qualité du « leadership » à l'œuvre lorsque nous faisons de tels constats ?

La question est centrale. Il s'agit du sujet du management et du leadership. Selon Henry Mintzberg, en effet, dès ses premiers travaux en 1973¹, le manager passe 78 % de son temps à communiquer verbalement, autant essayer de le faire bien !

1. « Dans deux études britanniques, les managers passent en moyenne 66 et 80 % de leur temps dans des communications verbales. Dans mon étude relative aux cinq managers dirigeants américains, ce même chiffre se situe au niveau de 78 %. » Henry Mintzberg, *Le Management – Voyage au centre des organisations*, Éditions d'Organisation, 1990 (2^e édition revue et corrigée).

Une tradition européenne : des tribuns aux banquets républicains

Le discours en solo devant un public est une spécialité des religieux, des politiques et aussi des professeurs dans tous les pays et, en fait, de tous les leaders. C'est même traditionnellement comme cela qu'ils se sont imposés le plus souvent historiquement.

En Europe, la tradition académique de la prise de parole remonte au moins au Moyen Âge, et en fait à l'Antiquité. Elle empruntait d'abord au *storytelling*, mais le discours académique traditionnel a finalement imposé des pratiques savantes assez obscures au grand public.

Pour ceux d'entre nous qui auraient tendance à trouver que la culture française est en retrait par rapport à la culture américaine sur le thème de la prise de parole, il suffit de se souvenir de l'importance des tribuns dans notre vie politique de la Révolution française jusqu'à la V^e république.

Vous voulez des noms ? Danton, Babeuf, Jaurès, Clemenceau, de Gaulle... Et souvenez-vous que ces brillants orateurs n'avaient ni micro ni *slides* !

Il est tout de même un domaine de la prise de parole qui resta vivant et vivace sous forme de toasts impromptus tout au long du xix^e siècle dans notre pays traversé de divers absolutismes et de poussées révolutionnaires : les banquets républicains dont la tradition remonte à la Fête de la Fédération le 14 juillet 1790. Ils furent essentiels pour s'opposer aux dérives absolutistes et faire advenir la II^e république puis renforcer la fragile III^e. Mais ce temps est révolu... la parole académique, la parole religieuse, la parole politique ont chacune leur cénacle et leurs codes presque immuables. La prise de parole est désormais corsetée et angoissée !

■ IL Y A UN AVANT ET UN APRÈS TED/TEDx

Les débutants ont les défauts des débutants, ce qui n'exclut pas que certains aient parfois du génie. Les chevronnés ont de l'expérience et de l'assurance et... barbent souvent leur public, ce qui n'exclut nullement qu'ils aient du contenu, comme disent les webmasters. D'où que l'on regarde, on peut progresser.

Le discours en solo devant un public était une spécialité des leaders. Le relais internet aidant, tout un chacun peut désormais y prétendre.

Dans la plupart des cas, et surtout quand le public a préalablement été exposé à TED, ce qui est notamment le cas des étudiants et des jeunes cadres diplômés, un intervenant ne peut tout simplement plus ignorer TED. Qu'il s'agisse de prospects, de *business angels*, ou d'actionnaires à convaincre, de collègues à mobiliser ou d'étudiants à recruter, à éduquer ou à informer, cette évidence s'impose. Et elle gagne du terrain ! Les conférences et les vidéos TED, ainsi que pas mal d'autres approches comparables ou inspirées par TED, mettent la barre haut et il ne serait pas très sérieux de l'ignorer. Parce que... les présentations habituelles sont devenues insupportables.

Le phénomène TED/TEDx oblige à comprendre qu'un chantier est à ouvrir sur ce thème pourtant classique. Un chantier fondamental, car les vieux codes ne fonctionnent plus. Certaines grandes entreprises et institutions publiques se mettent progressivement sur cette ligne. Permettez-moi de le montrer « en creux » en vous racontant comment j'en ai eu la conviction.

J'intervenais auprès d'une collectivité territoriale sur une mission de développement économique. En marge de la mission elle-même, alors que j'étais, en parallèle, en train de travailler sur mon premier projet TEDx : TEDxLaDéfense 2012, on me demanda de préparer et d'animer une journée d'information locale sur le développement économique en préparant certains sujets comme à TED.

Je n'avais pas encore organisé mon premier TEDx, mais j'étais déjà en train de préparer mes premiers intervenants TEDx. Par ailleurs, ma mission locale de conseil me permettait de bien connaître le fond des dossiers. Il m'a donc été possible de préparer effectivement « à la manière de TED » les témoins et chefs d'entreprise directement liés à notre mission de développement économique dans laquelle je conduisais par ailleurs divers diagnostics d'entreprises locales.

Les autres intervenants n'ont pas pu, eux, se « libérer » pour une telle préparation. Certains étaient les porte-parole de diverses solutions « collaboratives » parapubliques alors en vogue auprès des services publics territoriaux. D'autres étaient les représentants officiels de l'État, parfois hauts fonctionnaires, parfois élus. Avec le doigté et aussi avec toute la cauteleuse dignité qui sied à ce type de fonction, le chef de cabinet de l'un d'eux me fit comprendre que le « haut » personnage qu'il secondait n'avait nul besoin de préparer son intervention... Bien entendu qu'un haut fonctionnaire sait parler en public, voyons, c'est même sa spécialité !

■ PARLER EN PUBLIC, OUI..., MAIS TOUCHER LE CŒUR DU PUBLIC ?

En vertu des contraintes de l'ordre du jour, les témoins que j'avais préparés passèrent le matin, les « experts » et les « politiques » l'après-midi. Les retours ont été sans appel. Les avis des participants étaient élogieux pour le matin. Beaucoup moins pour l'après-midi. Pourquoi ? Le travail de préparation réalisé dans l'esprit TED a été déterminant pour les intervenants du matin. Ils avaient parlé ce matin-là de leur vécu et raconté leur histoire avec conviction pratiquement sans support, adoptant le style interactif et la tonalité simple et directe qu'affectionne tout particulièrement ce public rural...

En revanche, lors de la clôture de la matinée, l'élu régionale, par ailleurs universitaire et militante, eut à cœur de « relever le niveau » par la brillance de sa pensée discursive... Puis, tout au long de l'après-midi, le public dut encore subir des discours fleuves, des avalanches de « murs de mots » sur fond de *slides* blancs jonglant avec styles, caractères, couleurs et mises en page diverses... Rhétoriques commerciales et politiques se succédèrent jusqu'à épuisement, avec force chiffres abscons, arguments alambiqués et supports illisibles...

Enfin, cette suite indigeste de discours sans considération pour les attentes du public, précédée et suivie de remerciements pour la forme, s'arrêta, ce qui me libéra enfin du devoir d'introduire et de raccompagner tous ces tristes orateurs autosatisfaisants.

Sans doute d'ailleurs faut-il penser que le contenu de la journée n'avait en vérité qu'une importance relative, comme le confirme la fin de l'histoire.

La conclusion fut le point d'orgue. L'élu « en charge » vint à la fin de la journée distribuer les sempiternels satisfecit d'une façon qui me montra, à moi qui connaissais l'envers du décor, qu'il ne s'intéressait pas plus à son public qu'il ne s'était préoccupé de l'organisation de l'événement lui-même. Alors que j'étais encore sur le chemin de retour, je fus appelé le soir même par la jeune assistante, en larmes, qui avait été la seule véritable organisatrice. Le hiérarque « omni-absent » l'avait tancée elle, car, selon lui, la seule faute de goût avait été que le plat chaud du buffet de midi avait été servi froid (en raison d'une grève du personnel du traiteur) !

Plus aucun doute pour moi : changeons tout cela ! Et j'ambitionne avec ce livre de contribuer, s'il se peut, à un changement plus vaste, comme nous le proposons à TED/TEDx.

Le hasard m'avait mis en présence de façon saisissante avec deux manières de communiquer très différentes. La nouvelle façon, inspirée de TED, avait touché le public parce que les orateurs étaient bien présents derrière leurs paroles. La façon de communiquer traditionnelle qui avait suivi avait tout juste été supportable le temps de la digestion du buffet (froid par accident) ! Déjà, à la pause-café de l'après-midi, personne ne se faisait plus prier pour sortir de la salle !

Le public, absolument pas spécialiste et n'ayant jamais entendu parler de TED, ne s'y était pas trompé. Il avait voté avec ses pieds comme il le fait d'ailleurs à l'occasion des élections territoriales ! L'abstention règne en

maître dans la vie publique comme dans nos événements et réunions ! Et s'il existait à cela une cause commune ?

En réalité, comme le disait Victor Hugo, « la forme c'est le fond qui remonte à la surface », et ce chantier que nous proposons n'est pas que de forme. Il fait apercevoir les préjugés, l'arrogance, le manque de professionnalisme et les peurs individuelles qui corrompent les organisations jusque dans leur tréfonds.

■ LES PRÉSENTATIONS TED TOUCHENT LE CŒUR DE MILLIONS DE GENS !

Je compris quelques semaines plus tard, en relief cette fois et non plus en creux comme dans l'histoire qui précède, la nature profonde de cette différence.

Deux mois plus tard se tenait TEDxLaDéfense sur le thème « Humanisme et profit ». Il se tenait dans le temple de l'économie libérale en pleine crise de l'euro et en pleine crise, déjà, de la Grèce. Le lieu était symbolique, notamment pour nos intervenants grecs. Je ne peux pas objectivement juger de la qualité du résultat, ni de la sincérité des nombreuses félicitations que nous avons reçues. C'est normalement ce qui se passe en pareil cas...

En revanche, je peux témoigner de ces mini-moments d'émotion pure que jamais je n'avais connus après une conférence ou une présentation. Plusieurs personnes attendirent en effet patiemment pour venir me dire simplement, parfois les larmes aux yeux : « Merci ! »

Cette scène eut lieu devant un public réputé très informé et difficile à émouvoir, dans le temple du capitalisme à Paris, capitale sur-abreuée en spectacles et conférences de tous ordres d'un pays déprimé et qui se vit lui-même comme « en déclin »...

Pourquoi une présentation « comme à TED » ?

Alors finalement : pourquoi réaliser une présentation comme à TED ? Mais parce qu'en touchant le cœur du public, en créant avec lui une forte relation directe, les présentations de type TED/TEDx sont tout simplement redoutablement et incomparablement efficaces !

Mais au fait, avant de décortiquer des *talks*, qu'est-ce qu'une présentation efficace à votre avis ?