

COMMUNICATION : QUELQUES REGLES DE BASE ET RECOMMANDATIONS POUR LA CREATION DE PRESENTATIONS RETRO-PROJETEES

Franck VIDAL – 2012



Ce document correspond à la partie textuelle d'un diaporama Powerpoint à la base d'un cours magistral. Il peut être utilisé tel quel, mais il est vivement recommandé de « visualiser » les diapositives qui lui sont associées ainsi que les petits fichiers d'exemples.

INTRODUCTION



Avant propos et première recommandation...

...qui risque d'en surprendre plus d'un : Si vous n'avez pas besoin de présentation rétro-projetée, n'en faites pas !

Votre propos ne se prête absolument pas à des mises en images ?

Vous n'avez aucune image d'accessible ?

Vous êtes parfaitement à l'aise en orateur « sans filet », les yeux dans les yeux avec votre public ?

Vous pouvez distribuer des documents sur lesquels le public peut s'appuyer complètement ?

Un tableau blanc et un marqueur sont l'extension naturelle de votre propos ?

Vous pouvez débattre en table ronde ?

N'UTILISEZ PAS POWERPOINT !

Ne faites pas de diapos parce qu'il faut en faire, parce que tout le monde en fait dans la Boite, dans la Fac ou dans la Promo !

Se lancer dans une présentation rétro-projetée est un exercice long et méticuleux.

Une présentation PowerPoint réussie accompagnant un discours cohérent est un énorme avantage en terme de communication.

Un Powerpoint lamentable sera capable d'annihiler complètement une bonne prestation orale.

Parfois, mieux vaut boire une petite tasse que déclencher un naufrage !



A quoi ça sert ?

C'est la seule et unique question à se poser quand on envisage de faire une présentation rétro-projetée : « A quoi ça sert ? »

Et c'est hélas la question qu'on ne se pose jamais.

On fait un Powerpoint parce qu'il faut faire un Powerpoint, parce que tout le monde fait des Powerpoint.

Quelquefois il est explicitement imposé, souvent il est rentré dans les mœurs de l'exercice obligatoire de la prestation orale (même sans être a priori imposé) : Un bilan dans une entreprise, un cours en fac, une communication dans un colloque scientifique, une conférence aux décideurs locaux... Je dois exposer « quelque chose » donc, je dois projeter « quelque chose » en rapport avec ce que je dis. Si je parle de bilan financier, alors je projette des tableaux de chiffres, si je parle de psychanalyse freudienne alors j'affiche des passages entiers des « 5 leçons sur la psychanalyse »...

On connaît Word, on pense que Powerpoint (ou KeyNotes pour les utilisateurs de Mac ou Impress en Open source) n'est qu'un traitement de textes avec des couleurs et des images et donc on fait du traitement de texte avec des couleurs et des images !

Et bien NON, contrairement à ce qu'on croit, et hélas à ce que Powerpoint veut nous faire croire, Powerpoint n'est pas une extension de Word !



On se doute un peu, mais ce n'est pas grave !

On se doute un peu que Powerpoint n'est pas un traitement de texte pour écran, mais on va quand même plaquer du texte sur de vagues couleurs, rajouter une ou deux images, faire des effets de style et projeter tout ça en arrière plan d'un discours qui, on l'espère, va compenser le degré 0 de communication instillé par la diapo !

Des images que personne ne voit, des textes que personne ne lit, des couleurs que personne

n'apprécie : au final, un support visuel qui ne sert strictement à rien à part ennuyer un auditoire qui n'a plus d'autres choix désormais que de regarder l'orateur... ou de passer ses SMS !

Vive Powerpoint !

« De toutes façons tout le monde fait pareil et tout le monde l'accepte ! »

Donc : Il faut préparer son discours, passer quelques heures à transférer son Word sur des diapositives, à choisir 3 couleurs et 2 polices « rigolotes », installer un vidéoprojecteur, allumer l'ordinateur, tenter de connecter vidéo et ordinateur (introduction obligée à toute conférence désormais !), lancer son discours et projeter des diapositives que tout le monde voit mais que personne ne regarde et qui font autant d'effets sur la portée du discours qu'un pansement sur une jambe de bois. Mais bon, on aura fait un Powerpoint !



Regardez ! Je parle

Une présentation rétro-projetée n'a qu'une seule et unique vocation : ETRE UN SUPPORT VISUEL A UN DISCOURS

Un Powerpoint présenté à un public en présence d'un conférencier, quel qu'il soit, n'est pas un support pour faire lire du texte ou décoder des tableaux. Les livres et les articles sont faits pour ça. Il n'est pas une preuve des théories ou affirmations avancées par l'orateur. Les sources bibliographiques, l'Internet, le CV, les rapports papier ou numérique sont faits pour ça.

Un Powerpoint présenté à un public en présence d'un conférencier est un appui visuel et uniquement.



Oubliez

En conséquence, et, désolé de le dire : vous pouvez jeter 90% des présentations Powerpoint !

Qui, dans une conférence a fait l'effort de lire 10 lignes de texte affichées tout en écoutant la présentation ?

Personne. Pour la simple et bonne raison que nous ne pouvons physiologiquement, en même temps, lire et écouter !

Qui n'a pas désespérément plissé les yeux pour tenter de discerner une image réduite à un timbre poste ?

Qui n'a pas décroché un bâillement devant l'avalanche de texte, de chiffres, de tableaux d'une présentation pourtant fondamentale ?

Oubliez Word

Oubliez Excel

Oubliez les modèles Powerpoint

Oubliez les plaquages de texte sur des couleurs avec des petites images pour faire « joli »

Pensez VISUEL



C'est un Powerpoint, pas un bloc note !

Mais, s'il n'y a plus de textes, comment transmettre le discours ?

Sérieusement : avez-vous déjà utilisé la présentation Powerpoint de quelqu'un d'autre pour comprendre un message ?

N'avez-vous pas plutôt « repiqué » des diapos ou des images pour les réintégrer dans vos propres présentations ?

Ici encore, on confond le traitement de texte et le produit visuel.

Adéquation entre image et discours peuvent se transmettre en dehors de la conférence, mais il faut transmettre les images, c'est-à-dire les diapos ET le discours, c'est-à-dire le texte associé. Cette fois, si on n'a pas enregistré « la voix » du présentateur, il est indispensable de relayer l'information par traitement de texte.

Donc, **la création de produits visuels n'absout pas de rédiger un texte cohérent !**

Et c'est le texte, le discours, qui fait 80% du sérieux de la prestation

Dans cette présentation, un individu qui ne récupérera QUE les diapositives pensera que c'est une conférence sur Léonard de Vinci, sur maître Yoda, sur les fers à repasser anciens (sans compter ce qui vient après !!!) et au final, pensera que l'auteur a de sérieux problèmes psychologiques !

Enfin : il n'est pas interdit de prendre des notes !!! C'est une excellente habitude en voie, hélas, de disparition : « Je ne prends pas de notes puisqu'il me passera son Powerpoint ». Grossière erreur !



Ce n'est pas du traitement de texte !

Ne confondez pas : ce que je vois et ce que j'entends. Le support visuel n'est pas un support textuel.

Arrêtez de faire du Word sur écran !

Gardez le texte pour l'oral ou l'écrit d'accompagnement.

Pensez le support rétro-projeté en terme d'image.

DU VISUEL, DU VISUEL ET ENCORE DU VISUEL



La créativité n'est pas une fonction informatique !

Autre idée reçue : Avec Powerpoint on peut faire des jolies couleurs ou mettre des images en effet 3D, donc on va savoir visuellement faire passer un message !

Là, arrivent les joyeux amateurs de gif animé qui font traverser l'écran au petit canard ou arriver le texte en vrillant. Là, on pleure !

Ne pensez pas que l'ordinateur va faire votre travail de communicant. Il ne va que vous offrir d'appliquer quelques techniques, mais surtout, au contraire il risque de polluer votre démarche. Regardez les modèles de mise en page proposés par Powerpoint, ils donnent systématiquement la priorité aux textes. Et combien de fois avons-nous vu la même présentation Powerpoint avec la même bande colorée dans le même coin, le même fond, la même mise en page ?

Empêchez Powerpoint de tuer votre créativité !!!!

Mais vous n'avez pas à faire le dernier Walt Disney, vous avez à faire passer un discours, ce qui est déjà très bien !



Beaucoup au départ, peu à l'arrivée

Dernier point fondamental dont il est indispensable de prendre conscience : n'en faites pas trop !

Certains voient les diapos comme des posters ou des affiches que le public peut lire à sa convenance et sur lesquelles on peut envoyer un maximum d'infos (j'ai personnellement longtemps eu ce réflexe). C'est faux.

La diapositive ne reste que quelques secondes à l'écran. Elle rythme un discours. Il faut donc qu'elle contienne peu d'infos.

C'est un film qui passe pendant que vous racontez l'histoire !

Multiplier les diapositives, mais attention aussi au trop plein !

On estime généralement que 20 minutes est le temps moyen d'attention potentielle d'une personne...

Simplicité, sobriété, efficacité !



Montrez

Alors, à quoi ça sert Powerpoint, Keynotes ou Impres ?

Ils servent à montrer et uniquement à ça !

Et si vous avez compris ça, vos présentations ne seront pas obligatoirement passionnantes, mais au moins seront-elles utiles !

Regardez les grands orateurs (Steeve Job entre autre), ils sont eux, ils parlent et derrière défilent des images fortes, des textes minimalistes mais percutants, des informations visuelles et graphiques qui viennent argumenter leur discours.

BLANC !

Il y a dans cette présentation quelques diapos « vides » ou plutôt blanches. Elles ont plusieurs utilités :

- Permettre des « respirations » dans le déroulé du discours. Petite pose visuelle permettant au public mais également à l'orateur de souffler
- Il est possible d'obtenir un effet équivalent avec une diapo noire, mais dans le cas présent, on pense, hélas, à l'impression éventuelle...
- La diapositive étant blanche, ça crée dans la salle une « impression » de lumière (comme si on avait rallumé), ça réveille !
- Signaler à l'orateur mais aussi au public un changement, en l'occurrence ici un changement de chapitre
- Visuellement, la diapo blanche est aussi très utile en mode trieuse de diapositives : on repère tout de suite les séparations de chapitre ou de thèmes quand il y a beaucoup de diapos (bien que la multiplication des diapos dans un même fichier soit une erreur !). Si vous avez récupéré ce cours en format Powerpoint, mettez-vous en mode trieuse de diapositives, même à 20% de grossissement, vous verrez...

Il faut savoir qu'en mode diaporama, lorsqu'on appuie sur la touche « N » (noir) ou « B » (blanc) au cours d'un exposé, Powerpoint génère automatiquement un écran blanc ou noir, sans pour autant sortir du mode diaporama. Cela permet par exemple à l'orateur, qui fait une digression ou qui répond à une question qui n'est pas en lien direct avec ce qui est affiché de focaliser le public sur son discours ou sur le

dialogue en cours, puis de reprendre son exposé, comme on ferme une parenthèse.

1 - LA MISE EN PAGE

Quelques règles de base sont à connaître au niveau de la mise en page. Tout d'abord : c'est tout simplement la première chose qu'on voit quand on regarde : l'agencement des différents éléments, que ce soit un visage ou une route ou une diapo. Une bonne mise en page est donc primordiale.



1.1. Créez !

Ne faites pas comme les autres : n'allez pas chercher les modèles PowerPoint tout fait, n'allez pas recopier la mise en page d'un autre, ne laissez pas le logiciel vous mener par le bout du nez.

La créativité n'est pas réservée à quelques agences de pub ou à quelques artistes marginalisés. Choisir ses couleurs, ses images, sa mise en page c'est déjà faire un pas vers l'art, même si l'on n'est pas un artiste (et moi non plus d'ailleurs, je n'en ai pas la prétention!) et, au moment de présenter un austère bilan financier, une difficile théorie scientifique, pourquoi ne pas aussi se faire plaisir par l'image ?



1.2. Cliquer pour ajouter un titre ? Non merci !

Les propositions de mise en page de Powerpoint pré-réglées (nouvelle diapo – thème...) : on oublie ! Par défaut PowerPoint privilégie les textes et ses mises en page sont très discutables.

Enfin : le créateur c'est VOUS, pas Microsoft ! Systématiquement, prenez des diapos vierges et supprimez les propositions du logiciel. De toute façon, une fois que vous aurez créé votre première diapo avec votre propre mise en page, vous n'aurez plus qu'à faire du copier/coller (ou un modèle, mais au moins ce sera le votre !!!)



1.3. Regardez

Toujours, toujours, dès qu'on peut : remplacez les textes par du visuel, de l'image.

Nous sommes désormais dans le monde de l'image.

Pensez en images, dessin, texte artistique...

L'image de l'esclavagisme est 100 fois plus marquante pour celui qui veut le dénoncer que 20 lignes de texte !!!

Remplacez le lu par le vu, le vu par le regardé !



1.4. Contrastes

Le jeu des contrastes est une forme omniprésente dans la communication, dans la littérature, la musique, le cinéma...

Les contrastes cela peut être le noir et le blanc, mais aussi deux personnages, deux attitudes, la couleur vive et le gris, l'image violente et l'écriture douce...

Essayez de penser vos écrans aussi en terme de contraste, mais également par rapport à l'environnement de présentation : Si vous êtes dans une salle de projection qui peut être très sombre (type cinéma), faites « exploser » les couleurs, les blancs, les images. Si, au contraire, vous êtes dans un environnement très lumineux, jouez sur les noirs (et pas seulement pour des histoires de lisibilité).



1.5. Des p'tits trous

C'est souvent un problème dans la mise en page : les espaces vides. La nature a peut-être horreur du vide, mais le regard lui, va tout naturellement se poser sur les espaces vides.

On va donc tenter, dans la mesure du possible de faire des mises en page avec un minimum de grands espaces vides, en redimensionnant les écritures, en retaillant les images, mais surtout, sans surcharger la diapo, ce qui est pire.



1.6. Point trop n'en faut

Souvent, on veut en faire trop, en dire trop, en montrer trop. Il faut absolument éviter la surcharge sur une diapositive pour ne pas perdre le regard du public ou être obligé de se poster devant

la diapo et d'indiquer manuellement les zones à regarder.

A ce propos : OUBLIER LES POINTEURS LASER !

Sincèrement, existe-t-il quelque chose de plus crispant que le petit point rouge qui se balade sur l'écran de manière psychédélique ? Combien de fois ai-je vu l'intervenant, assis dans l'ombre, jouant du pointeur et décrivant des cercles hypnotiques rouges pour tenter de réveiller un public naufragé !

A part pour jouer avec le chat, bannissez les pointeurs !

Soit votre discours et vos diapositives sont suffisamment claires, soit vous vous déplacez.

Quand le sage montre la lune, l'imbécile regarde le doigt paraît-il !

Vous n'avez qu'à mettre la lune en plein écran et personne ne pensera à regarder un quelconque doigt !



1.7. Découpons

Par défaut, le regard se positionne d'abord au centre, puis balaie instinctivement du haut gauche vers le bas droit (pour les peuples qui écrivent de gauche à droite et de haut en bas).

Une méthode simple pour positionner ses objets de manière harmonieuse consiste à découper l'espace de travail en 2, puis en 2, puis en 2 etc.

Les positions et tailles des objets, textes, images... correspondent à la moitié, de la moitié, de la moitié... C'est la règle du demi.

Le public aura instinctivement la sensation d'une mise en page harmonieuse

Par défaut, PowerPoint organise l'espace ainsi (affichage grille)

Une variante consiste à découper en tiers, de tiers, de tiers. C'est le cas, par exemple de bon nombre de journaux sur 3 colonnes.



1.8. Oubliez les cadres

On a une fâcheuse tendance à penser qu'une information (ou même un tableau !) a besoin d'être encadrée pour être mise en évidence. C'est faux, c'est une couche d'information supplémentaire qui n'ajoute rien et surcharge l'objet. Pas d'image, pas de texte, pas d'objet encadré(e) !

Vous voulez faire ressortir des éléments ? Utilisez les ombres portées, les effets de relief, les transparences...mais pas les cadres



1.9. Regroupez

Associer les éléments associés consiste simplement à regrouper des objets qui doivent être près l'un de l'autre pour être immédiatement visuellement assimilés : une image et sa légende, un titre et un sous-titre...

Souvent, les objets sont « éparpillés » sur les diapos ; regroupez-les logiquement.



1.10. Aligned les objets

Ici encore les objets doivent être alignés les uns par rapport aux autres en vertical et en horizontal. Une légende commence à l'angle d'une image, une suite de mots a la même verticalité (mais sans puces – merci !). N'hésitez pas à rogner un peu les images pour qu'elles soient parfaitement alignées ou à augmenter légèrement (ou réduire) la police et l'espacement des caractères.



1.11. Pas trop de cartouches

L'utilisation de blocs (de textes ou d'images) qui se juxtaposent est à éviter. Il ne s'agit pas d'un poster. Simplifiez, regroupez, éliminez les blocs (mais pas le contenu bien sûr !). Essayez de remplacer plusieurs textes dans des cartouches (même avec une transparence) par un seul bloc.



1.12. Prenez tout l'espace

C'est un des principaux défauts des créateurs de diapos, systématiquement, ils écrivent de petits textes ou mettent de petites images centrées, sans tenir compte du potentiel d'exposition de la diapo. Sans doute est-ce une déformation due à l'écran d'ordinateur, mais en rétroprojection il est bien plus percutant d'utiliser l'ensemble de l'espace

alloué. Une diapositive n'est pas une vignette sur un écran 13 pouces, c'est potentiellement une affiche de 3 ou 4 mètres de large sur un grand écran dans un amphithéâtre ! Pensez-y !



1.13. Pensez par écran

Ne présentez pas d'informations qui commencent sur une diapo et se terminent sur la ou les suivante(s). On voit souvent des diapos de type « Problématique (1/4) », c'est-à-dire que l'orateur va présenter quelque chose qui va se poursuivre sur les diapositives suivantes, un peu comme un compte à rebours avant la délivrance finale !

Pire, des phrases entières de paragraphes qui sont réparties sur 2 ou 3 diapos, avec les 3 petits points en bas à droite pour expliquer au public que ce n'est pas fini ! Eh oui, que voulez-vous, on a tellement de choses à écrire et comme il faut écrire grand !!!

Ce n'est pas un livre ! On ne tourne pas la page pour lire la suite !

Une idée, un concept, un chapitre, un paragraphe = une diapo. Ecrivez peu (ou pas c'est encore mieux). Si vous avez besoin de plusieurs diapos pour exprimer une idée, c'est que votre plan de conférence est mal fait, mal construit, mal représenté.



1.14. Voyez grand !

C'est le vidéoprojecteur qui fait le travail, alors prenez l'espace et faites « grand » : De grandes images (même si elles ne prennent pas tout l'écran), de grands textes, des écritures épaisses. Faites ce qu'on appelle des « accroches », du visuel qui doit sauter à la figure du public.



1.15. Donnez du relief

Il existe pas mal d'effets d'ombres portées et de reliefs qui peuvent être utilisés de manière à faire ressortir une image, un mot, une phrase, donner du mouvement.... Dans certains cas, c'est du plus bel effet, avec presque une illusion de 3D... Au niveau du rendu, c'est 100 fois mieux que des

encadrés ou des effets de gras, voir même des colorations de fonds



1.16. L'image dicte l'impression

Parfois (ou souvent), c'est l'image ou les images de fond qui vont donner le ton, non seulement des couleurs, des typographies, mais également de l'agencement des objets. Les personnes qui vous écoutent vont apprendre quelque chose (enfin, on l'espère !), mais elles vont aussi avoir une « impression », une sensation, et cette empreinte que vous laissez est en grande partie déterminée par les images, les effets et la mise en page. Dans cette diapositive par exemple, l'information concerne les critères de mise en page, mais la sensation est plus proche de la mélancolie, du calme. Une fin d'après-midi d'hiver sur les quais de Brooklyn, un vieux Woody Allen, la nostalgie d'un après...

Imaginez que nous ayons mis une police « gothique » en très grand, rouge et centré sur toute la page !



1.17. Jouez sur les oppositions

C'est un peu le même principe que les contrastes (voir plus haut) : Essayez de travailler en « opposition » des objets entre eux, et des objets par rapport à l'écran. Imaginez les objets comme des aimants qui fonctionnent par attraction quand ils sont en rapport ou au contraire par répulsion pour créer un choc visuel

2 - LES COULEURS

C'est le deuxième critère (après la mise en page) de détermination de l'œil : la couleur. Dans une foule, on verra prioritairement la personne habillée en rouge, tout simplement parce que physiologiquement nous voyons mieux les longueurs d'onde du rouge. Donc une bonne utilisation de la couleur est primordiale dans les présentations rétro projetées. Et ne faites pas confiance à Powerpoint pour vous choisir les bonnes couleurs !!!



2.1. Osez les couleurs !

Pourquoi faudrait-il donc qu'une présentation ne soit pas colorée ?

Donner un cours sur les bases de la Physique Quantique ; faire une conférence sur les perspectives d'exportation de nouveaux produits d'une entreprise ; faire une présentation à mi-parcours de sa thèse ; présenter une réponse à un appel d'offre régional... autant de discours qui peuvent s'appuyer sur un support PowerPoint, mais en aucun cas en multipliant les couleurs, les effets ! Ah bon ? Pourquoi ?

C'est sérieux, c'est important, c'est professionnel !

Ah ! Et donc, ça doit être triste, terne, moche, froid et, au final, disons-le : chiant !

Ce qui est professionnel est bien d'arriver à captiver son public non ?

Celui qui est sérieux c'est celui qui est incolore, insipide ? Ou celui qui a réussi à passer son message ?

Bien évidemment, il ne s'agit de s'habiller en clown et de sortir les tartes à la crème pour « épater la galerie ».

Non, il s'agit, rappelons-le, de s'appuyer sur un support visuel qui contribuera à rendre le discours plus abordable, plus compréhensible, plus agréable.



2.2. Beurk !

A moins de vous adresser à un très jeune public (ou de travailler dans la pub !) : évitez absolument de travailler avec des couleurs pleines, franches, criardes, saturées, fluorescentes en particulier sur de grandes surfaces.

Évitez également la juxtaposition de plusieurs couleurs « pleines ».

Des couleurs oui, mais harmonieuses, complémentaires, douces, subtiles, désaturées (c'est-à-dire avec du blanc mélangé à la couleur)...



2.3. Les complémentaires indirectes

Une des possibilités (mais en aucun cas obligatoire !) de recherche de couleurs harmonieuses bien connue par les graphistes consiste à travailler à

partir du cercle chromatique. Les 3 couleurs de la synthèse additive sur un cercle : le rouge, le vert, le bleu. Les 3 couleurs de la synthèse soustractive intercalées : le cyan, le magenta, le jaune. En d'autres termes, un arc-en-ciel enroulé sur lui-même !

Une complémentaire est une couleur diamétralement opposée à une autre sur le cercle chromatique : bleu marine et jaune.

Une complémentaire indirecte est une couleur « décalée » de part et d'autre de la complémentaire : bleu marine et jaune-orangé ou bleu marine et jaune-vert.

Alors que l'harmonie par complémentaire directe sera « violente », l'agencement de 2 couleurs complémentaires indirectes sera beaucoup plus harmonieux. Essayez et vous verrez !



2.4. Souffler le chaud et froid

Une autre technique pour harmoniser les couleurs consiste à travailler sur des oppositions dites « chaud / froid ». On considère comme couleurs chaudes le rouge, le orange, le jaune et comme couleurs froides le bleu, le blanc. Le vert, suivant qu'il est sombre saturé ou très clair peut être considéré comme chaud ou froid.



2.5. Trouvez un style et gardez-le

C'est une démarche très intéressante dans le cas des couleurs et des jeux d'harmonies : Trouver SES propres couleurs, c'est-à-dire réfléchir à ce qui nous caractérise, ce qui nous plaît, au niveau coloré. On demande toujours « *quelle est votre couleur préférée ?* » Et bien poussez le raisonnement jusque dans vos présentations : vous êtes quelqu'un plutôt « dans les bleus », alors travaillez les bleus ! C'est toujours plus facile de parler sur une présentation visuelle dont on est le premier amateur ! Dire : « *Oui, il est moche mon Powerpoint, mais c'est pas grave !* » c'est déjà se donner un handicap ! Par contre, déclinez vos couleurs, vos mises-en-pages non seulement sur vos présentations rétro-projetées, mais aussi sur vos posters, vos courriers, votre logo, votre site web... Vous avez un style de vêtements (même si vous n'êtes pas une « fashion victim » !), un style de vie (même si vous n'êtes pas « baba-écolo » ou

« néo-punk » !), ayez un style dans vos présentations.



2.6. Construire ses couleurs

Ne restez pas sur les couleurs de base qui vous sont proposées. Allez chercher la teinte exacte qui vous intéresse en y ajoutant du noir ou du blanc. Mieux, apprenez à coder exactement vos couleurs sur 256 niveaux en Rouge / Vert / Bleu.

Aujourd'hui, beaucoup de Sociétés déposent leurs propres couleurs et certaines d'entre elles sont reconnaissables uniquement à partir de leurs couleurs...



2.7. Tenez compte de l'effet « culturel » de la couleur

Sans entrer dans le détail de la symbolique des couleurs (parfois, il est vrai, un peu capilotractée !), il est nécessaire de tenir compte d'un certain nombre de réactions « a priori » du public (occidental ici, précisons !) vis-à-vis de certaines couleurs : le noir plutôt synonyme de tristesse et de sérieux (voir de « classieux »), le rouge plutôt « agressif », le blanc « frais », « vierge » etc. On peut ainsi instiller de manière quasi subliminale des impressions à un public en fonction d'une couleur dominante. Donc : attention aux couleurs, mais surtout attention au public !



2.8. Estompez les fonds

Dans la même idée qu'il faut éviter les couleurs trop vives, en fonds, pour des images ou même de simples dégradés de couleurs, il vaut mieux préférer des fonds « légers », estompés, peu colorés. C'est moins agressif et il est plus facile d'y superposer de l'information (images, textes...)

De même, mieux vaut une image « simple » en fond, c'est-à-dire une image sans trop d'éléments qui brouillent le regard et fixent l'attention du public, au détriment du premier plan.

Un fond très « violent » va être utilisé sporadiquement pour réveiller l'attention, pour rattraper son public, mais en aucun cas devenir une constante de fond dans la mise en page.



2.9. Des textures : oui, mais pas celles de Powerpoint !

Il peut être très intéressant de jouer sur les textures pour des fonds ou de grandes zones. Mais attention : pas les textures PowerPoint (« bois », « marbre », « papier mâché »... : oh, comme c'est beau !!!). La texture ne doit pas être « jolie », elle doit exprimer un message, donner un ressenti, renforcer le discours.

Allez chercher des textures à message fort (rouille, désert...) mais à couleurs discrètes, des textures qui vont donner une impression et servir les informations de premier plan, texte ou image. N'appliquez pas de texture à des objets (une flèche en bois ! Super !).

Encore une fois : vous n'êtes pas là pour faire joli !!!!!



2.10. Les motifs : on oublie !

Powerpoint propose, hélas, d'utiliser les motifs dans ses choix de couleurs.

La réponse est non !

Oubliez les motifs !

C'est toujours épouvantable et ça ne sert à rien !

Petit rappel (je sais je l'ai déjà dit, et, hélas, je le redirais !) : le but du jeu n'est pas de « faire joli » ou « mignon » ou « rigolo »...

L'objectif est de faire passer un message visuel

Ce n'est pas du coloriage, c'est de la communication



2.11. C'est le sujet qui crée le graphisme (enfin, souvent !)

Souvent, c'est le sujet même qui peut inspirer pour déterminer une charte graphique, si c'est un sujet qui peut se rattacher à du « concret » : pays ou continent, guerre, période, phénomène social, thème fort, public ciblé... Vous parlez de la « *comedia del arte* », allez chercher le noir le rouge et le blanc ; vous vous adressez à des gens de mer, travaillez les bleus, les gris ; vous parlez de développement durable en Afrique : les verts, les ocres, les marrons...

D'accord, parfois, le sujet ne se prête absolument pas à une déclinaison graphique, mais peut-être que le public oui ? Ou même le contexte ? Dans mon cas il m'est arrivé de faire des conférences sur l'histoire de la photographie dans les Pyrénées au Muséum d'Histoire Naturelle et, naturellement la préparation graphique se faisait dans les noirs, les gris, les effets sépia. Ou parallèlement, devoir expliquer la Recherche Scientifique à des enfants de CM2 et auquel cas il me fallait jouer sur les couleurs vives, les polices « rigolotes », les petites animations (que je déconseille fortement par ailleurs !)



2.12. La Teinte

Les outils de retouche d'images inclus dans Powerpoint, mais aussi dans la plupart des logiciels de traitement de l'image permettent de jouer sur la teinte et de donner des effets monochrome à des images, effets qui peuvent avoir un double objectif :

1 – Nivelier une image surchargée en couleurs. En effet, certaines images, tellement colorées et contenant presque toutes les couleurs du spectre rendent la recherche d'harmonie quasiment impossible. Pour des textes associés il faudra se contenter du noir ou du blanc, pour des images associés c'est un casse-tête pour trouver une cohérence visuelle.

2 – Donner une « impression » selon la teinte retenue

Parfois, il ne faut donc pas hésiter à jouer sur la teinte d'une image quand celle-ci est « trop lourde » en termes de couleurs.



2.13. Ombre et lumière

Il ne faut pas hésiter à jouer sur les noirs, blancs, gris. La rétroprojection sur un écran ou même l'écran d'ordinateur sont des sources de lumières potentielles qui dépassent largement les effets sur tirage papier. Profitez-en, et, en ce sens, les effets d'ombre et de lumière sont toujours payants. Par exemple, un texte blanc avec un léger effet d'ombre portée gris va donner du relief, rendre le texte plus lisible. De même le blanc paraîtra plus blanc, plus lumineux sur un fond sombre. Il est intéressant d'en jouer.



2.14. Mélangez gris et couleurs

Il n'est pas indispensable d'utiliser beaucoup de couleurs. Deux ou trois couleurs suffisent amplement dans une mise en page (hors image), par contre, on utilise peu les contrastes entre couleurs et grisés ce qui est dommage. L'œil s'intéresse d'abord aux contrastes. Or les effets de couleurs peuvent être considérablement « recontrastés » en jouant avec des fonds grisés, on l'oublie trop souvent.



2.15. Jouez la transparence

Les effets de transparence (en fait de simples transformations d'une couleur par mélange avec la couleur de fond) sont très peu utilisés alors qu'ils peuvent être du plus bel effet : ils adoucissent les objets, ils nivellent les couleurs, rajoutent des effets lumineux, ils font ressortir des informations de manière ténue (sans avoir à utiliser les cadres par exemple).

Il ne faut pas hésiter à jouer sur les transparences.



2.16. Ne pas perdre des yeux !

Mieux vaut 1 ou 2 images en plein écran, percutantes qu'une pléthore de petites images où le regard ne se fixe pas.

Souvent, un concept, même complexe est plus facile à faire comprendre avec une seule image. L'important est alors de trouver la bonne !

Si l'on veut exprimer la multitude, alors on y va carrément ! En d'autres termes, soit une image soit 50 avec des effets d'apparition et de disparition (auquel cas, Powerpoint peut s'avérer limité pour certains effets « stroboscopiques » et l'on aura recours plutôt à des outils de montage vidéo).

Un petit test amusant, si vous avez le câble ou le satellite consiste à aller regarder sur les chaînes de télévision « boursières », avec des écrans où, en simultané passent des reportages (à gauche), des interviews (à droite), des bandeaux sur les cours des actions (en haut), sur les news (en bas) et les dépêches AFP (à droite)... Ils n'ont pas encore réussi à mettre des informations sur la tranche du téléviseur, mais ça viendra !

Sincèrement, qui est capable de suivre ça sans prendre de produits interdits ???



2.17. Créer des images avec d'autres images

Pensez à recadrer, rogner, déporter l'image pour changer son sens, lui donner un ton, mettre du mouvement dans la diapo, refaire la mise en page, surprendre ou simplement en même un leitmotiv qui sera incrusté en masque par exemple



2.18. Effets

Certains effets artistiques que propose Powerpoint sur les images (uniquement depuis la version 2010), mais également des logiciels comme Photoshop, peuvent être intéressants pour transformer la tonalité d'une image. Par exemple utiliser des filtres de flou peut induire l'idée de flou ou plus simplement estomper les couleurs et objets de fond. Attention cependant à ne pas « exagérer » les effets ni à les juxtaposer (l'exemple ici, ne sera jamais développé dans un cas réel de présentation !).

La simplicité (image, fond, couleurs, textes, objets, effets...) est TOUJOURS préférable. Rappelons-le, l'idée n'est pas de prouver à l'auditoire qu'on maîtrise parfaitement toutes les ressources de l'outil, mais qu'on a un message à faire passer !

3 – LA TYPOGRAPHIE

Nous l'avons dit et redit : l'image est primordiale, mais les quelques mots ou phrases doivent également être intégrés dans la présentation visuelle. Souvent, la typographie est le parent pauvre des présentations, alors que les polices de caractère peuvent être extraordinaires !



3.1. Jetez les textes !

Il faut absolument se le mettre dans la tête une bonne fois pour toute : une présentation de type PowerPoint n'est pas faite pour accumuler les textes. PowerPoint n'est pas Word. Un produit de rétrodiffusion est un produit de communication visuel et pas un livre ou un article. Si on lit on

n'écoute plus, si on écoute on ne lit plus. Il faut donc écouter et VOIR. Donc : très très peu de textes, quelques mots, pas de phrases longues, l'essentiel est dit et non lu.

Si l'orateur souhaite que le public lise, alors il se tait !



3.2. Elaguez

Si vous ne pouvez vraiment pas vous passer de textes long (mais c'est contre productif) essayez au moins de réduire vos phrases à l'essentiel : un mot, un chiffre, un sujet, un verbe, un complément, un nom... Développez dans le discours ou dans un texte papier, mais pas à l'écran !



3.3. Orthographe

Attention à l'orthographe. Dans un SMS ça passe (hélas !), sur un mur de 3m x 2m devant des décideurs, ça ne passe plus ! Et, au fait comment vous écrivez « Ornithorynque » ?



3.4. Si je donne à lire, alors je me tais !

L'idée peut être exploitable : on laisse au public quelques instants pour s'imprégner d'un texte (en guise d'intro ou de conclusion par exemple, ça peut être intéressant). Auquel cas : on écrit suffisamment grand et lisible pour tous (y compris celui qui dort au fond de la salle), on n'écrit pas un roman, on attend tranquillement, sans regarder le public (il y a toujours un regard qui vous cherche des yeux pour savoir ce qu'il faut faire !!!!) et surtout, surtout, on ne lit pas en même temps à haute voix (sauf si c'est un cours d'apprentissage de langue ou une classe de CE1 !). Ça peut être bien perçu, comme une respiration, ou au contraire, ça peut perdre complètement un public bercé par votre discours. A tester



3.5. Des textes vus

Comme on va mettre très peu de texte à l'écran, l'objectif étant de « voir » et non de « lire », on peut jouer sur les écritures : utiliser des polices un peu fantaisies, donner des effets, espacer les caractères, considérer les textes comme des objets...



3.6. C'est écrit en rouge, donc c'est important ? Non, c'est juste écrit en rouge !

Encore une idée reçue à laquelle il absolument tordre le coup une bonne fois pour toutes : les centaines de présentations où l'auteur a cru bon de coloriser ses textes soit pour tenter de mettre en exergue une phrase, soit, le plus souvent, pour essayer de rajouter « une touche de couleur » dans une présentation tristounette !

Bien souvent le choix des couleurs est épouvantable, parce qu'hélas, ici encore l'utilisateur s'appuie sur les préconisations douteuses de PowerPoint.

Au mieux c'est agressif, au pire c'est illisible, dans tous les cas : ça ne sert à rien.

Soit on colorise l'ensemble d'un texte pour obtenir une harmonie graphique avec les images, soit on se contente du noir, du blanc, des gris. Rappelons-le, le public n'est pas là pour lire !



3.7. A la poubelle les tableaux de chiffres !

Pour faire sérieux ou pour « apporter la preuve » on met des tableaux de chiffres sur les présentations visuelles. Oubliez, c'est sans intérêt, personne ne les lit et tout le monde s'ennuie très rapidement !

Il faut se débrouiller pour remplacer chiffres et tableaux en graphiques si on veut « visuellement » en parler



3.8. Des écritures rondes

Préférer des typographiques rondes (Arial, Verdana, Trébuchet, Tahoma...) plutôt que des écritures « sèches » qui provoquent visuellement des effets d'aliasing (sur l'écran (comme le Times, à bannir). Une écriture ronde aura tendance à rendre le discours « rond »



3.9. Des polices sans empattement

On va plutôt utiliser des polices de caractère sans sérif, c'est-à-dire sans ces empattements sur les jambages qui compliquent non seulement la lecture, mais surtout la vision.



3.10. Oubliez l'italique

Eviter l'italique, c'est un mode d'écriture qui est plus difficile à lire et qui souvent sur écran fait des effets d'aliasing, c'est-à-dire « d'escalier » (les pixels qui forment des marches peu harmonieuses). D'ailleurs, même sur du texte papier il faut essayer de se passer de l'italique.



3.11. Achetez de l'anti puces !

Les listes à puces et les puces ne servent strictement à rien. On croit qu'en rajoutant des petites flèches ou des petits ronds on va gagner en clarté, c'est l'inverse ! Encore un vieux réflexe de Word qui n'est d'aucune utilité visuellement et d'ailleurs : qui va aller lire une liste sur un PowerPoint ?

Si vraiment on veut une liste à puce, alors jamais centré (toujours en « aligner le texte à gauche »)



3.12. Déliez les liens

Ne mettez pas de liens Internet écrits de plus de 3 mots (de type www.google.com).

Franchement, avez-vous déjà vu quelqu'un noter sur papier :

<http://www.infocus.com/labs/all/visual-communication-collaboration/worst-ppt-slide-contest-winners>. Et s'il l'a fait, ça ne marchera pas, parce qu'il aura oublié un point ou une lettre !!! Eventuellement, on ne va mettre des adresses en référence de source par pure conscience professionnelle, mais, ici encore, ne confondez pas publication papier et produit audio-visuel



3.13. Souligner du texte sur une diapositive ne sert à rien !

Pas de texte souligné. Ici encore, vieux réflexe de Word. Le souligné ne met pas en exergue un texte, au contraire, il le rend moins lisible et, instinctivement désormais, on croira que c'est un lien hypertexte !



3.14. Pas de flèches

Encore une idée reçue : les flèches ! Ça ne sert à rien ! On les utilise soit comme des grosses « puces », soit pour indiquer un pseudo cheminement logique de quelque chose vers autre chose et dans tous les cas, c'est totalement inutile. Soit on emploie l'animation (l'apparition des objets dans un ordre lié au discours) soit on montre tout simplement, soit on a un discours suffisamment rigoureux pour que le public comprenne le cheminement. Dans tous les cas, les flèches ne servent à rien ! Sauf si vous êtes indien...



3.15. N'imprimez pas

Encore une fois (je ne m'en lasse pas !) les produits de présentation rétro-projeté ne sont pas des textes !!!

Avez-vous pensé à imprimer le journal de 20h de TF1 ? Avez-vous imaginé imprimer le dernier film de Steven Spielberg ?

Non bien sûr, alors pourquoi imprimer un diaporama ?

N'imprimez pas des diapos, ça ne rime strictement à rien, à part dépenser du papier et de l'encre.

Combien de fois ai-je vu des enseignants distribuer leur support de cours sous forme de photocopier de diapositives PowerPoint ?

Imprimez éventuellement les pages de commentaires

Distribuez votre produit au format électronique (en brut ou en présentation – auquel cas pensez au texte associé)

Mais par pitié : n'imprimez pas les diapositives !!!!

NB : Justement, le texte Word que vous avez sous les yeux a été conçu lui pour être éventuellement

imprimé, c'est-à-dire avec pratiquement que du texte et des images très réduites. Si vous souhaitez absolument imprimer, c'est ce fichier !

4 – LE MULTIMEDIA

C'est peut-être la partie la plus intéressante dans la création de présentation rétro-projetée : utiliser les possibilités d'animation, de son, de vidéo, de lien d'une production numérique. Jusqu'à présent, la plupart des recommandations émises pouvaient s'appliquer également au support de communication papier (poster, plaquette, affiche...). Ici, nous entrons dans le domaine du « mouvement », et, ici encore, il est des erreurs à ne pas commettre en gardant à l'esprit l'objectif initial : faire passer un discours...



4.1. Surtout pas de gifs animés

Les petites animations de type gif animé que propose Powerpoint mais également qui grouillent (littéralement) sur Internet sont totalement inutiles, détournent l'attention et sont rapidement insupportables. On oublie !

Il semble d'ailleurs, fort heureusement que la « mode » soit en train de passer...

Il ne faut jamais oublier que l'objectif de ce qui défile derrière le présentateur est de renforcer, imager, représenter son discours, en aucun cas de distraire un public qui s'ennuie !



4.2. Cliparts : on jette

Toujours une fausse bonne idée du débutant en communication visuelle : Insérer des petits cliparts pour montrer au public qu'on associe une image à un concept. On pioche dans la bibliothèque de Clipart et on est super content d'avoir mis un signe de « dollar » pour dire qu'on va parler d'argent ou une « ampoule » pour spécifier qu'on a eu une idée !

Bien évidemment, on continue à remplir la diapo de textes puisqu'on a fait sa B.A. en matière de communication visuelle !

On est débarrassé, on peut refaire du Word !

Résultat : les mêmes cliparts aux formes et couleurs improbables qui polluent littéralement 80% des présentations, qui font perdre le regard de l'auditoire (quand ils ne le font pas rire !) et, encore une fois, ne servent à rien !

Vous voulez parler d'argent ? Parlez d'argent ! Les gens ne sont pas sourds ! Et si ça ne suffit pas : Allez chercher l'image d'un billet de 1000 dollars et collez là plein écran, tout le monde saura de quoi vous parlez !!!



4.3. Les animations : Attention à l'inutilité

Powerpoint propose de nombreux effets et animations des objets, depuis le texte qui défile lettre par lettre, jusqu'à la fondue enchaînée d'images ou de diapos. Il ne faut avoir recours à ces techniques que si elles apportent un vrai sens ou un vrai rythme au discours. Personnellement j'estime qu'il est tout à fait inutile de faire apparaître des textes de type « première partie » - clic – « deuxième partie » - clic pour annoncer le déroulé de son discours, mais c'est une technique très utilisée. Plus intéressants sont les effets de « fondu » entre images ou avec du noir qui donnent un certain style à une présentation et permet de capter vraiment le public. Plus professionnel encore, est l'automatisation des animations, c'est-à-dire que l'orateur ne s'occupe pas du diaporama qui défile, au rythme de son discours. C'est magnifique au niveau du rendu mais hasardeux...

Dans tous les cas, il faut absolument bannir les animations crispantes et ridicules (qui rejoignent ici les gifs animés dans la poubelle !) de type « bondissant », « tourbillon » et autre « fouet ». De même, si on choisit un type d'animation, on l'applique tout le temps (ça fait également partie du style cité plus haut).

Donc, ici encore, il faut que l'animation apporte un plus, un complément, un support visuel au discours et pas qu'elle perturbe le public.



4.4. Le son s'il est bon !

Ici encore, la seule question à se poser est : l'utilisation de la technique, en l'occurrence ici le son, apporte-t-elle un plus au discours, sachant qu'en plus, l'utilisation de sons suppose des impératifs techniques (non seulement des enceintes mais également un lieu adéquat !) et bien évidemment que l'orateur se taise !

Mettre une musique de fond pour « égayer » n'a strictement aucun intérêt. Lier des sons à des actions (de type bruit d'appareil photo quand on

change d'image) est inutile, ridicule et très rapidement insupportable.

Insérez des séquences sonores si le sujet traité le demande : un œuvre musicale, un témoignage radiophonique, des chants, une voix off... Mais par pitié, pas le bruit des vagues et des mouettes parce que vous parlez du commerce maritime international !!!



4.5. La vidéo

Nous sommes désormais totalement dans le siècle de la vidéo. Ce qui n'est pas sur Youtube n'est pas ! Il faut donc le prendre en compte aussi dans les présentations rétro-projetées, sachant que la vidéo a un pouvoir de fascination énorme sur le public, au risque de le perdre !

Alors, sans pour autant se substituer au discours, il est toujours intéressant de ponctuer sa présentation de petites séquences vidéo. Encore et encore : l'idée est de faire passer un message et pas de faire distrayant ! La vidéo doit être un appui à la démonstration, au discours. Une petite image vaut mieux qu'un grand texte paraît-il, une vidéo vaut mieux que plein de petites images !

Attention au poids pour la machine qui va charger la vidéo et attention à l'emplacement de stockage des fichiers vidéo qui, contrairement aux images, ne sont pas intégrés dans le fichier de présentation.



4.6. Liez

Une technique qui peut s'avérer très intéressante consiste à lier sa présentation avec des fichiers externes de n'importe quel type à deux conditions : que le chemin de leur emplacement soit respecté et que la machine ait un « lecteur » compatible avec le fichier.

Exemples :

- Un lien vers un autre fichier PowerPoint ou une diapo. Permet de faire de petits fichiers qui sont en lien entre eux, permet de faire une digression sur un sujet précis et de revenir au fichier principal...
- Un lien vers un fichier externe difficile à transférer sur une diapo. Permet d'associer un tableau Excel ou un fichier word ou un pdf par exemple

- Un lien vers un logiciel pour une démonstration
- Un lien vers un lecteur DVD...

5 – LE DISCOURS

Faire des jolies images c'est bien beau, mais s'il n'y a pas derrière un discours d'accompagnement solide, cohérent et en adéquation c'est totalement inutile ! Il ne faut donc jamais perdre de vue que le discours est PRIMORDIAL, la présentation rétro projetée n'est qu'un plus dont l'orateur, en théorie, devrait pouvoir se passer. Si vous ne devez travailler qu'une chose, c'est le discours et, dans tous les cas, ce que vous allez dire est plus important que la façon dont vous allez le dire. En ce sens, mon point de vue diverge sensiblement de beaucoup de discours des communicants du monde la publicité notamment (et hélas, également de la politique) : l'essentiel est le contenu. Le yaourt peut se passer du pot, pas l'inverse !



5.1. Les 4 modes d'exposition

On considère généralement qu'il existe, en gros, quatre modes d'exposition orale (qui peuvent être « mélangés »)

- La lecture : l'orateur se contente de lire ou relire un texte. C'est parfois efficace, rarement judicieux, généralement pénible. C'est catastrophique si l'orateur ne s'est pas « mis en bouche » préalablement le texte et qu'il lit mot à mot. A éviter dans la mesure du possible (sauf si on s'appelle Fabrice Lucchini et que l'exercice est vraiment la lecture !)
- La récitation : l'orateur a appris son texte par cœur. Outre le fait que c'est un exercice relativement épuisant pour l'auteur, il faut absolument que le public n'ait pas l'impression d'entendre un texte « récité », auquel cas, c'est une catastrophe, surtout si l'exposant a plus de 12 ans ! La récitation est à réserver à de très courts passages du discours, mais surtout en ne donnant pas l'impression de réciter, à moins, ici encore d'être un très bon acteur !
- L'improvisation : Si vous êtes parfaitement maître de votre sujet sans aucune préparation (ce qui est très rare !) il est possible de se lancer dans

l'improvisation. J'ai personnellement vu des enseignants capables de parler des heures sur un sujet qu'il ne connaissait absolument pas ! C'est risqué et surtout c'est faire preuve d'un manque de respect insolent pour le public. A ce propos, lorsque dans une question on ne connaît pas la réponse, je pense qu'il vaut mieux 100 fois dire : « je ne sais pas » que meubler, détourner ou éluder la question. La sincérité est toujours payante et l'illusion volatile !

- L'improvisation préparée : C'est sans nul doute le meilleur mode d'exposition possible. Donner l'impression qu'on est dans l'improvisation totale alors qu'on a parfaitement préparé son sujet. Ne vous leurrez pas, c'est la technique de la plupart des hommes politiques et d'un grand nombre de comiques, mais aussi des journalistes, des spécialistes de la communication... C'est la meilleure technique de transfert d'un discours. Ça signifie qu'il faut avoir préparé son sujet avant, mais sans l'avoir rédigé phrase après phrase (lecture) et sans l'avoir appris mot à mot (récitation). Et c'est justement là que les présentations visuelles trouvent leur deuxième vocation : elles sont un excellent repère pour l'orateur. Sur cette diapositive par exemple, il est fort peu probable que mon discours coïncide mot pour mot avec le texte écrit ici, en revanche, l'écran me permettra d'avoir des repères pour élaborer mon discours d'accompagnement en donnant l'illusion d'une improvisation. C'est aussi comme ça qu'il faut penser les Powerpoint.



5.2. Mettez-vous à la place du public

Sans tomber dans la démagogie, et dans la mesure du possible, il faut essayer de se mettre à la place du public, c'est-à-dire se poser la question de l'attente, de l'état, du niveau du public. Par exemple, il faut éviter « l'illusion d'évidence » : le fait de transmettre des informations en supposant des pré-requis culturels qui, a vous, paraissent évidents, mais qui risquent non seulement de perdre, mais également de vexer votre public. Le domaine de prédilection de l'illusion d'évidence est sans contestation : l'Informatique et ses dérivés.

C'est le domaine par excellence d'utilisation de jargons, d'acronymes, d'anglicisme, et d'appel à des techniques périmées périodiquement. Vous n'êtes pas au courant, vous êtes « largués », vous décrochez !

Il faut essayer de saisir dans le comportement du public les signes d'illusion d'évidence et ne pas hésiter à s'arrêter pour laisser fuser les questions. Le problème est alors jusqu'où aller ou pas ?



5.3. Démarrez vite et fort

Toutes les études montrent que le cours, la prestation, la conférence, la présentation... se jouent dans la première minute. C'est là que le public se fait une idée qu'il sera très difficile de changer après. Donc, il ne faut pas attendre, pas commencer doucement, pas « faire chauffer le moteur ». Il faut tout de suite entrer dans le vif du sujet, tout de suite « attraper » le public.



5.4. Présentez-vous

Ca semble évident et pourtant rares sont ceux qui le font : se présenter, dire bonjour, remercier le public d'être présent...



5.5. Montrez où vous amenez le public

Il faut donner au public une idée d'ensemble de votre discours : « je vais là et nous y allons ensemble ». Instinctivement, il se préparera au voyage et dans certains cas, saura ce qu'il lui reste à subir ! Ça fait moins mal quand on dit « attention, ça va faire mal ! » c'est bien connu.

La technique peut consister par exemple à consacrer une diapo au plan ou de réserver un « bandeau » de position.

Par contre, il faut absolument éviter la pagination ou les marques de type « 2 sur 12 » - On n'est pas sur du traitement de texte ! (je l'ai déjà dit ça non ?)

Eviter aussi le compte à rebours, c'est crispant !



5.6. Souriez

Le sourire est TOUJOURS communicatif. Avouez que cette image vous donne envie de sourire ? Alors, vous aussi, souriez et le public vous suivra. Sourire c'est toujours partir gagnant. Evitez le masque du Joker cependant !



5.7. Ne vous excusez pas

Ne commencez jamais votre discours par des excuses parce que le matériel ne fonctionne pas encore, parce que vous êtes en retard ou parce qu'il pleut ! C'est une marque de faiblesse toujours très peu appréciée. En gros, vous êtes déjà en train d'expliquer au public que votre prestation sera mauvaise. Donc : elle sera mauvaise !



5.8. Rester debout

Je vais me faire des amis, c'est évident, en particulier chez les enseignants du supérieur, mais on ne m'otera pas de l'idée qu'il est indispensable de rester debout pendant une présentation. C'est une attitude de politesse, ça permet de montrer qu'on est dans l'action, dans le mouvement, qu'on prend possession du lieu et des auditeurs. C'est respecter le public c'est aussi s'exprimer avec le corps et pas seulement avec la voix. C'est enfin un bon moyen pour se placer « au dessus » de son auditoire (assis) et donc de suggérer qu'on maîtrise l'assemblée. S'asseoir légèrement sur un coin de table n'est pas interdit, de même que s'asseoir quelques instants histoire de reposer le corps ou à la fin de la présentation pour entamer la discussion.



5.9. Eviter le profil !

Souvent on hésite entre regarder le public et regarder l'écran. En théorie, on ne regarde pas l'écran et dans tous les cas on ne lit jamais ce qui est écrit à l'écran. Au final l'utilisateur est de profil au public avec l'étrange sensation qu'il s'adresse à

la porte ou au mur. A proscrire. Regardez, le public !



5.10. Bougez

Déplacez-vous. Ne courez pas, ne faites pas de grands mouvements rapides, mais bougez. Le public va avoir tendance à vous regarder, alternativement avec votre présentation. Il ne faut pas lui donner l'impression d'être à un match de tennis ! Placez-vous le plus près possible de l'écran et, parfois, il peut-être intéressant de carrément « rentrer dans la lumière ». Vous faites alors aussi partie de l'animation visuelle. Toutefois ne gênez pas la présentation avec votre corps et votre ombre et surtout, pour vous, le projecteur dans les yeux, c'est rapidement pénible ! Ne croisez pas les bras ça empêche de respirer. Ne mettez pas les mains dans le dos ça fait « inspecteur » ! Ouvrez les bras, ouvrez le buste : vous vous ouvrez à l'auditoire. Dans tous les cas, essayez au maximum d'être vous-même.

Après, il existe une nombreuse bibliographie (plus ou moins fumeuse !) sur les attitudes à avoir et la signification psychanalytique de la gestuelle (de type « je me gratte l'oreille » alors « j'ai eu des problèmes dans ma petite enfance »!!!) dans laquelle il faut piocher un peu et laisser beaucoup !



5.11. Ménagez des pauses

Ne parlez pas tout le temps (comme moi) ! Ménagez des pauses, quelques secondes, surtout après un discours important, une phrase qu'il faut retenir ou comprendre. Il faut laisser un peu de temps au public pour avaler à défaut de digérer ! Et vous aussi : soufflez un peu !



5.12. Ne choquez personne

On ne sait jamais à quel public on est confronté, même dans une assemblée a priori « spécialisée » (étudiants, chefs d'entreprise...). Le public est une somme d'individus qui ont leurs propres vies, croyances, sensibilités, expériences, passés... Il faut absolument éviter de choquer par des propos qui peuvent être blessants, même sans intention.

Allusions au sexe, à la religion, à la physiologie (trop gros, trop maigre, trop grand, trop petit...) aux appartenances à des communautés ethniques ou politiques sont à proscrire. La blague Belge ne fait rire que les français !



5.13. Humour

Très souvent l'humour, à petites doses est assez bien perçu. On peut le réserver pour une conclusion, mais il est à manier avec beaucoup de précautions : la science de l'humour n'est pas une science exacte ! Hélas !

Grands maîtres dans l'art de l'exercice humoristique « sérieux » : les hommes politiques américains et notamment Barack Obama. Deux solutions pour insuffler des touches d'humour, avoir préparé la vanne correspondant à un contexte précis et dans un laps de temps précis, même dans des interventions a priori sérieuses. En d'autres termes, quasiment prévenir le public : « attention, je vais mettre ma casquette de comique ». Ça crée une certaine complicité et convivialité avec les auditeurs. C'est justement le cas de l'exercice des politiques. Deuxième option : Engager dès le départ un « contexte humoristique », c'est-à-dire choisir délibérément de traiter un sujet sous l'angle sinon humoristique, tout au moins « décontracté » (c'est un peu l'option prise dans cette présentation notamment sur la diapo 19 par exemple où, avec une image de camion débordant de chargement illustre le thème de la « surcharge »). Il faut que le sujet s'y prête et le public aussi.

Toutefois (et j'en sais quelque chose !) parfois l'humour ne fonctionne pas, mais pas du tout. Auquel cas, c'est un handicap !



5.14. « Les sous-marins nucléaires nécessitent une technologie très poussée... »

Respecter la concordance discours / écrit / Visuel.

Il ne faut absolument qu'il n'y ait pas de décalage entre ce que le public lit ou voit et ce qu'il entend, c'est comme 2 personnes qui parlent en même temps : on n'entend plus rien. Par défaut, le public va privilégier ce qu'il voit. Le plus simple pour l'orateur est de s'appuyer sur la diapo pour entamer son discours : 1 on envoie la diapo – 2 on

parle – 3 on arrête de parler – 4 – on envoie la diapo suivante...



5.15. La diapo mystère

Il faut absolument éviter la diapo ou l'image sans commentaire ou information pour comprendre. Montrer une image sans quelques mots d'accompagnement ou, au pire, une légende est une catastrophe. Le public habitué au lien image/discours sera complètement perdu. Donc, pas de discours sans image, pas d'image sans discours.



5.16. Attention au matériel

Il faut absolument (hélas) être très attentif à la circulation des produits de présentation : changement de configuration de machines, changement de version de Windows, de Powerpoint (surtout depuis 2007), mais également par rapport aux liens extérieurs (le son est-il possible avec des enceintes ?, la vidéo en lien est-elle bien au bon endroit ?, dans le bon répertoire ?...) Certaines présentations qui semblaient particulièrement réussies ont été des fiascos uniquement pour des « problèmes techniques ». Deux recommandations : faire des présentations très simples et très sobres (peu d'effets, peu de liens, peu de polices fantaisies...) et tester sur plusieurs machines ou mieux directement dans les conditions où se fera la présentation. Un doctorant ne peut pas se permettre de « planter » sa présentation le jour de sa soutenance !



5.17. Sauvegardez !

Tout le temps, sur plusieurs supports, dès le début : sauvegardez ! Donnez des noms explicites (pas « toto1 », « toto2 »...) standardisés. Multipliez les formats : natifs (ppt) mais également standards (pdf notamment si vous n'avez pas d'animation ou de vidéo)



5.18. Rendez la fin collante

Ça veut dire quoi ? Tout simplement qu'il faut essayer de se débrouiller pour finir son discours ou sa présentation par « quelque chose » qui va rester, qui va « coller » aux participants, qui va éveiller la réflexion, la discussion, la poursuite de la formation ou de la conférence hors du cadre. Je ne sais plus qui disait (je crois que c'est Truffaut) : « *A la fin d'un film d'Hitchcock, le noir de la salle de cinéma est toujours d'Hitchcock !* ». Ménagez une conclusion, une phrase, une image, qui va « ouvrir » et coller aux participants.



5.19. Avant

Malin d'avoir mis une diapo « avant » après !!!! Non, ce sont les ultimes recommandations, une fois toutes les cartes en main (ou presque) sur la « préparation physique » pré-intervention. Nous ne sommes pas égaux face à un public et, un même individu peut être exemplaire un jour, avec un public, et lamentable, un autre jour avec un autre public. Il existe cependant quelques petites astuces pour - à défaut de l'éliminer - atténuer le stress. Eviter tout type d'excitant. Café, cigarette produisent des effets désastreux, de l'envie d'aller aux toilettes en passant par la bouche sèche ! Par contre, il n'est pas interdit de manger un peu (des sucres lents notamment) et surtout de boire (de l'eau bien sur !), y compris pendant la présentation : ça hydrate la bouche séchée par le stress et le discours, ça « fluidifie » la voix, ça permet de ménager une très courte pause, et, ça montre aussi que vous n'êtes pas une machine à communiquer ce qui est assez bien perçu par le public en général. Ne restez pas figé dans un coin avant votre présentation. Bougez, marchez, allez vous promener, dépensez un peu de trop plein d'énergie (évitez de courir un marathon quand même !).

Faites quelque chose de totalement différent avant pour ne vous concentrer qu'au dernier moment (si vous avez bien préparé votre intervention il n'y aura aucun problème et si vous ne l'avez pas préparé il est trop tard pour le faire !!!). Soyez en avance, mais juste le temps qu'il faut pour vous « mettre en route ». C'est le principe du moteur : faire chauffer un peu la machine est efficace avant

de rouler, démarrer beaucoup trop tôt sans rouler c'est risquer la panne d'essence !

Enfin, il existe de nombreux produits « calmants », légers, à base de plantes et non addictifs qui peuvent être très utiles. Citons *Euphytose* ou *Rescue remedy* en vente en parapharmacie.

CONCLUSION



Bibliographie

Une petite bibliographie pour ceux qui veulent en savoir plus :

- « Présentation Zen » - Pour des présentations plus simples, claires et percutantes – Garr Reynolds – Editions PEARSON – 2012 – 300 p – 20 euros
- « Composition et mise en page » – Gavin Mabrose – Ed. PYRAMYD – 193 p – 2009 – 30 euros
- « Réussir ses présentations » – Robin Williams – Ed. FIRST – 160 p – 2010 – 15 euros

D'une manière générale, tous les ouvrages de chez PYRAMYD

Quand aux livres d'acquisition de manipulation d'outil type « *Powerpoint pour les nuls* », mieux vaut se débrouiller avec les multiples sites Internet dédiés.



La fin ou le début ?

Voilà, c'est à peu près tout, vous savez l'essentiel, encore faut-il le mettre en pratique désormais. Une ultime recommandation : ce que vous faites en communication, faites-le avec plaisir, sinon ça n'a aucun intérêt, ni pour vous ni pour les autres...



J'entends et j'oublie - Je vois et je me souviens - Je fais et je comprends

Confucius