Pascal HAUMONT

GERESO ÉDITION

Pourquoi PowerPoint ne sert à rien…

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

GERESO
ÉDITION

Pourquoi PowerPoint ne sert à rien... Si on s'en sert mal !

Copyright © 2016 Gereso.

Pourquoi PowerPoint ne sert à rien... Si on s'en sert mal !

Auteur : Pascal HAUMONT

Édition 2016

© GERESO Édition 2016
Direction de collection : Catherine FOURMOND
Suivi éditorial et conception graphique intérieure : GERESO Édition
Principe de couverture : ATMOSPHÈRE COMMUNICATION
Illustration : © mstay/istockphotos.com

www.gereso.com/edition
e-mail : edition@gereso.fr
Tél. 02 43 23 03 53 - Fax 02 43 28 40 67

Reproduction, traduction, adaptation interdites
Tous droits réservés pour tous pays francophones
Loi du 11 mars 1957

Dépôt légal : Mai 2016
ISBN : 978-2-35953-381-1
EAN 13 : 9782359533811

Copyright © 2016 Gereso.

GERESO SAS au capital de 160 640 euros - RCS Le MANS B 311 975 577
Siège social : 38 rue de la Teillaie - CS 81826 - 72018 Le Mans Cedex 2 - France

GERESO ÉDITION

Du même auteur :

- Parler en public, être écouté et convaincre

Copyright © 2016 Gereso.

www.la-librairie-rh.com

la librairie RH
by GERESO

Copyright © 2016 Gereso.

SOMMAIRE

Remerciements 11
Les histoires de PowerPoint finissent mal… en général 13

Partie I – Vous vous faites du mal (et aux autres aussi) 15

Chapitre 1 - Les six diapositives qu'on voit tout le temps 17
La diapo « Je vais vous la lire » 18
La diapo « Je vais vous la lire mais je suis malin » 19
La diapo « J'ai mis tous les chiffres » 21
La diapo « Il y en a un peu plus, je vous le mets quand même ? » 22
La diapo « Abracadabra ! » 24
La diapo « Je suis trop trop trop fier » 25

Chapitre 2 - Les trois mauvaises raisons de faire un PowerPoint 27
Parce qu'on vous le demande 28
Pour vous en servir comme d'un prompteur 29
Pour vous en servir comme d'un document 31

Chapitre 3 - Pourquoi vos PowerPoint ne marchent pas (scientifiquement prouvé !) 35
Le principe multimédia 36
Le principe de cohérence 37
Le principe de redondance 39

Chapitre 4 - Les bonnes raisons de faire un PowerPoint 45
Pour compléter votre discours oral 46

Copyright © 2016 Gereso.

Parce que c'est une technique d'animation… comme une autre 47
Parce que le mot important dans support visuel c'est « visuel » 48
Pour procurer des émotions 50

PARTIE II – REPRENEZ LES CHOSES EN MAIN 53

Chapitre 1 - Adoptez une méthode 55
Évitez PowerPoint… au début 56
Faites votre scénario 58
Écrivez les dialogues 59
Créez un storyboard 62
Casting : embauchez des comédiens 64
« Silence, on tourne ! » 70
Montez votre film 71
Votre film est en salle 72

Chapitre 2 - Le guide pour concevoir une diapo 75
Ne cédez pas à la tentation du remplissage 76
Choisissez le visuel le plus adapté 77
Trouvez la bonne image 83
Ne chargez pas les graphiques 85
Synchronisez votre diapo sur votre discours 90
Ne frimez pas ! 91

PARTIE III – C'EST VOUS LE PATRON (ET PAS POWERPOINT) 95

Chapitre 1 - Soyez professionnel 97

Soyez sobre et moderne 99
Cassez la bête symétrie de vos diapos 101
Une image, ça se traite avec délicatesse 103
Visez l'homogénéité 106
Nettoyez vos diapos du superflu 106

Copyright © 2016 Gereso.

Évaluez votre diapo 110
Pas d'approximation ! 111

Chapitre 2 - Présentez avec PowerPoint 115
Prenez possession de votre environnement 115
Utilisez le mode présentateur 117
Gardez la connexion avec le public 118
Variez les plaisirs 120

Chapitre 3 - Les questions que vous vous posez 125
« Ça marchera jamais chez nous » 125
« Je vais être complètement perdu » 126
« J'ai pas le temps de faire comme ça » 127
« On m'a parlé du mind mapping, ça a l'air génial » 128
« On m'a parlé de Prezi, ça a l'air génial aussi » 128
« Ok, mais je suis pas graphiste » 130
« Ça marche pour de la com, mais nous, on fait des présentations scientifiques » 130
« Moi les gens dans mon public ils ont besoin de détails » 131
« Les gens ont besoin d'écrire sur le support que je leur distribue et qui reprend mes diapos » 132
« Si je mets ce que je dis sur mes diapos, c'est pour les gens qui ont une mémoire visuelle » 133

Mais les histoires de PowerPoint peuvent aussi bien finir 135
Des images libres de droits 139
Crédits photos 141
Un peu de lecture 143
À propos de l'auteur 145

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

À mes filleul(e)s Léonie, Loïc et Pierre-Hugo

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mes éditrices chez GERESO : Catherine Fourmond et Raphaëlle Cormier. Elles m'ont accordé leur confiance à 100 % pour cet ouvrage et offert leur soutien sans faille. Ce livre est né aussi de leur envie.

Je remercie bien entendu toutes celles et ceux que j'ai rencontrés en formation, et qui, par leurs erreurs, leurs progrès, leurs trouvailles, leur confiance et de manière générale leur bonne humeur m'ont toujours donné la force d'exercer ce métier avec passion et, je le crois, avec cœur.

Merci à celles et ceux qui ont partagé avec moi leurs anecdotes, leurs remarques, leurs frustrations parfois avec PowerPoint.

Je remercie mes relecteurs : mon père Daniel et mon épouse Chrystèle qui, par leurs observations bienveillantes ont permis à cet ouvrage de se tenir à l'écart des quelques erreurs qui auraient rendu la lecture de celui-ci moins fluide, moins agréable et donc moins percutante.

Je remercie également les trains, les avions, les gares, les aéroports, les cafés et les hôtels qui ont été autant de lieux de réflexion, d'écriture et de relecture. J'aime les voyages pour ces moments hors du temps où l'on s'évade de la contrainte pour se plonger dans son sujet.

Merci enfin aux trois êtres qui partagent ma vie : mes enfants Lucianne et Naël, et mon épouse Chrystèle. Leurs sourires m'accompagnent toujours, partout.

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Les histoires de PowerPoint finissent mal… en général

Aujourd'hui, c'est Marie qui prend la parole. Marie est responsable des ressources humaines et il lui a été confié l'organisation d'un séminaire en fin d'année sur la thématique du travail en équipe. Le séminaire est terminé, c'est à présent l'heure du bilan.

Marie a travaillé dur pour présenter son projet au comité de direction de l'entreprise. Elle a passé des heures à peaufiner son PowerPoint et est assez satisfaite du résultat. Elle arrive une dizaine de minutes en avance devant la salle de réunion, s'agace parce que les collaborateurs précédents n'ont pas encore terminé, les regarde sortir en les saluant poliment, entre dans la salle, s'énerve un tantinet sur la télécommande du vidéoprojecteur, branche son ordinateur au câble qui a juste la bonne longueur, regarde un brin inquiète le vidéoprojecteur trouver la bonne source, règle la taille de l'image et la rend moins floue en tournant un peu au hasard les molettes.

Ouf, tout fonctionne.

Elle fait comme tout le monde : elle cherche pendant quelques secondes l'icône « lancer le diaporama », clique et voit s'afficher sa page de titre. Elle déroule un peu les diapos en avant et en arrière, ça défile, elle respire.

Elle marche pour se déstresser : cinq pas, puis demi-tour, puis cinq pas, puis demi-tour, deux pas et petit mouvement du doigt sur le pad de l'ordinateur pour faire bouger la flèche avant qu'il ne se mette en veille et battement de cœur quand elle entend le « bonjour » tonitruant du PDG.

« Ça va Marie ? » dit-il en lui serrant la main.

« Ça va, merci, et vous-même ? » En vrai ça va moyennement et Marie a envie que ce soit déjà terminé. Mais elle a travaillé son PowerPoint à fond

Copyright © 2016 Gereso.

et elle a plutôt confiance. Parce qu'elle peut se reposer sur lui. Oui elle a travaillé à fond sur ce PowerPoint.

Alors c'est parti.

Marie est une incarnation de ce phénomène étrange qui a pris une ampleur incroyable au cours des deux dernières décennies : PowerPoint a pris le contrôle de millions de dirigeants, consultants, formateurs, cadres, employés, professeurs, conférenciers, présidents d'associations… C'est comme si on considérait que PowerPoint avait le pouvoir magique de convaincre sans qu'on n'ait plus besoin de le faire nous-mêmes. C'est comme si on avait balayé des siècles d'art oratoire en quelques années.

PowerPoint a du pouvoir : d'abord parce qu'on a beaucoup de mal à s'en passer, ensuite par son aspect hypnotisant. Malheureusement, le pouvoir peut prendre deux facettes : la maléfique et la bénéfique. Avec PowerPoint, c'est trop souvent le côté maléfique qui l'emporte.

Nous allons voir dans les prochains chapitres comment cette réunion se passe pour Marie, et sûrement pour vous-même quand vous êtes à sa place. Nous allons voir surtout comment cela aurait pu se passer mieux pour Marie… et comment cela se passera mieux à l'avenir pour vous-même !

Copyright © 2016 Gereso.

Partie I

Vous vous faites du mal (et aux autres aussi)

« Ah ça me saoule, il faut que je fasse mon PowerPoint. »

« Ah ça me saoule, il faut que j'assiste à cette réunion PowerPoint. »

Que l'on soit du côté de celui qui parle ou du côté de celui qui y assiste, on a l'impression que tout le monde évoque ces « moments PowerPoint » comme une montée sur l'échafaud. Celui qui doit « faire un PowerPoint » a le sentiment de faire du bricolage entre ses diapos pour élaborer un discours un peu bancal. Celui qui doit y assister anticipe l'ennui profond qui le saisira au moment où la troisième liste à puces aura succédé au deuxième graphique compliqué avant de sombrer dans un schéma abscons conçu par un orateur qui lui tournera le dos.

Et tout le monde est complice.

Dans ce livre, vous allez souvent avoir le sentiment que je vous dis « c'est pas bien ce que tu fais ». Ce sera en effet souvent le cas et il ne faut surtout pas le prendre mal ! J'ai été ingénieur en informatique pendant douze ans,

Copyright © 2016 Gereso.

douze ans au cours desquels j'ai produit des diaporamas loin d'être parfaits. Je n'avais simplement pas le loisir de me poser des questions sur le sujet et je ne me rendais pas compte que cela nuisait à ma communication. Accueillez la critique, elle est bienveillante.

Copyright © 2016 Gereso.

Chapitre 1

Les six diapositives qu'on voit tout le temps

Vous vous souvenez de Marie dont je vous ai parlé dans l'introduction ?

On en était à : « Alors c'est parti. »

Eh bien c'est parti, et il se passe la même chose pour les participants à sa réunion que lorsque vous êtes en formation ou en réunion avec quatre ou quinze personnes, ou bien en séminaire avec deux cents personnes. Vous êtes assis. L'orateur ou animateur ou formateur l'est aussi, ou bien debout derrière un pupitre, ou encore debout et libre sur une scène. Mais quasiment à chaque fois, il y a derrière un écran avec des diapos projetées.

Et ce sont toutes les mêmes.

Les masques de diapositives des entreprises sont tous les mêmes.

La diapositive par défaut proposée par PowerPoint quand on clique sur « nouvelle diapositive » incite à faire toujours la même chose.

Personne n'a jamais assez de temps pour se poser la simple question : « Est-ce que je peux faire différemment de ce que j'ai déjà vu mille fois ? » Alors on refait pareil.

Copyright © 2016 Gereso.

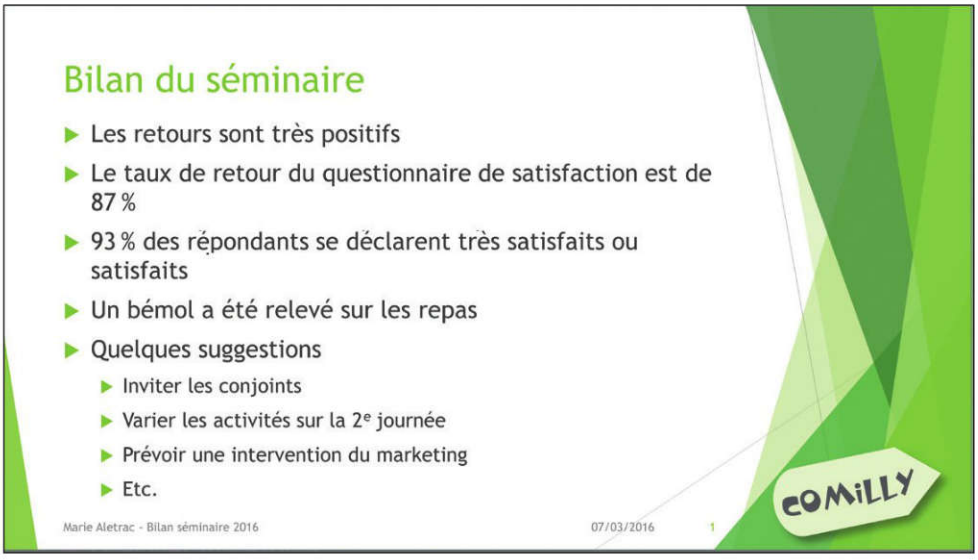
Oui, on voit et revoit tout le temps les mêmes diapos : les mêmes listes à puces, les mêmes graphiques, les mêmes tableaux surchargés, les mêmes animations ringardes. Tout le temps, partout la même chose.

Imaginez que vous assistez à la présentation de Marie. Voici les six diapositives contre-productives que vous verrez.

La diapo « Je vais vous la lire »

Peut-être avez-vous découvert en même temps que moi, en 2013, la chanson *Formidable* de l'artiste belge Stromae. Si vous la recherchez sur YouTube, vous allez découvrir que le clip est sous-titré en anglais bien que la chanson soit en français : Stromae a sans doute souhaité étendre son influence à l'international. Regardez le clip, il va sans doute se passer la même chose pour vous que pour moi : je n'ai pas pu m'empêcher de lire les sous-titres ! J'essayais d'éviter, mais le réflexe revenait, je lisais. Et le plus étonnant, c'est que si le clip avait été sous-titré en hongrois ou en norvégien, j'aurais lu quand même (est-il utile de préciser que je ne parle ni hongrois ni norvégien ?). Quand on nous propose quelque chose à lire, on ne peut pas s'en empêcher : on lit.

Marie, elle, affiche un pavé de texte ou une liste à puces sur l'écran.



En fait, quand vous suivez une présentation au cours de laquelle l'orateur dit exactement la même chose que ce qui est écrit sur ses diapos, c'est

Copyright © 2016 Gereso.

comme si on vous présentait les sous-titres de toute la chanson de Stromae en même temps.

Marie vous livre une intervention en français avec les sous-titres des trois premières minutes d'un seul coup et en français, vous lisez et comme vous ne savez pas faire deux choses à la fois, vous ne pouvez pas en même temps l'écouter.

Quand vous avez fini de lire, vous décrochez un peu. L'air de rien, vous vous mettez à penser à d'autres choses : ce que vous allez manger ce soir, les impôts qu'il fallait payer avant lundi, et oups ! on est mercredi, le risque de ne pas réussir à aller chercher votre deuxième avant 18 h 30 parce qu'il y a une grève sur la ligne de train…

Résultat : la plus-value de Marie, ce n'est quasiment rien sur une telle diapo. Peut-être une ou deux précisions ou la mise en valeur d'un point plus important que les autres.

Un orateur qu'on n'écoute pas et qu'on ne regarde pas est un orateur qui ne sert à rien. Un orateur qui ne sert à rien est un orateur qui aurait mieux fait de rester chez lui.

Un public qui se retrouve en face d'un orateur qui ne sert à rien aurait mieux fait de rester chez lui également.

Que de temps gâché !

La diapo « Je vais vous la lire mais je suis malin »

C'est simple : c'est la même que celle d'avant. Enfin presque.

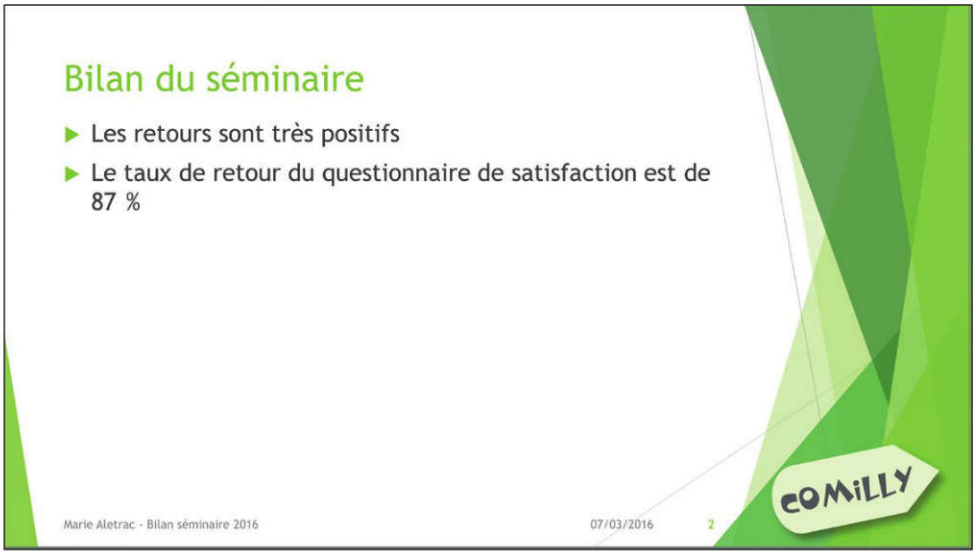
Cette fois-ci, Marie a découvert une fonction essentielle de PowerPoint : les animations. Les animations c'est une super invention : ça peut soit vous faire faire n'importe quoi et vous faire passer pour le pire des ringards, soit vous sauver votre diapo.

Pour le coup, Marie a sauvé sa diapo en y ajoutant la plus simple des animations : l'apparition. Pas de balayage vertical, de zoom, de rotation ou

Copyright © 2016 Gereso.

de triple boucle piquée, non, une simple apparition : c'est pas là, clic, c'est là. Magique.

Marie a une liste à puces et elle la lit. On est d'accord et on l'a prouvé au-dessus : c'est une diapositive pourrie. Beurk. Mais elle réussit à la faire passer du statut de diapositive pourrie à celui de diapositive passable en faisant apparaître les éléments de la liste les uns après les autres.



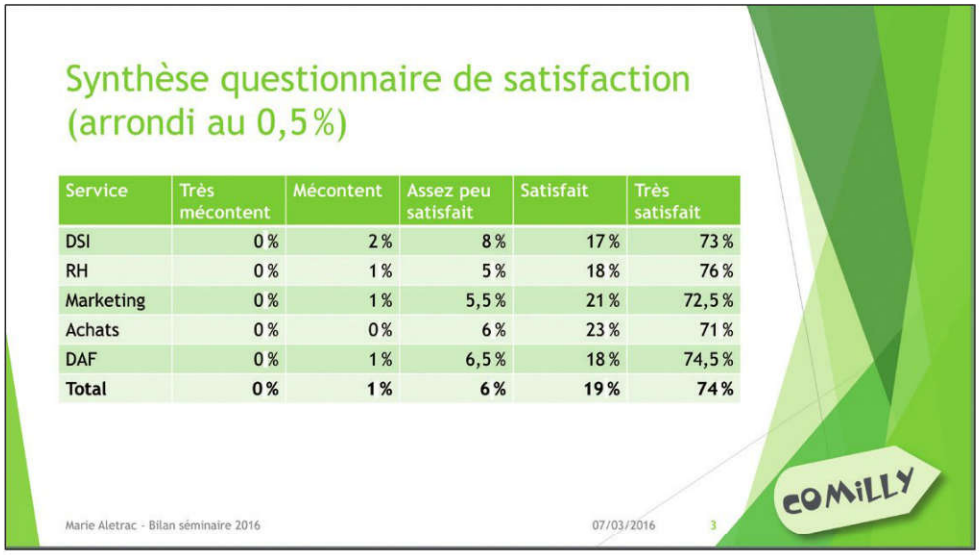
Du coup vous ne prenez pas d'avance et votre esprit ne vagabonde pas. Reste que la plus-value de Marie est toujours quasiment nulle et un orateur qu'on n'écoute pas est un orateur qui ne sert à rien et bla-bla-bla… vous connaissez la suite.

Vous êtes d'accord avec moi, on ne peut pas se satisfaire d'être passé d'une diapositive pourrie à une diapositive passable. L'apparition oui, mais sur une liste à puces qui répète exactement ce que l'on dit, bof.

Copyright © 2016 Gereso.

La diapo « J'ai mis tous les chiffres »

Marie affiche un tableau. Sept lignes et six colonnes.



Vous vous piquez les yeux à comprendre ce dont il s'agit, à comparer les différentes valeurs, à croiser mentalement les données. Pendant ce temps, Marie relève un seul point important et précise même : « Ne vous embêtez pas à tout regarder, de toute façon je vous diffuserai les slides. »

Mais c'est trop tard, vous avez essayé de tout regarder.

Donc, première mauvaise raison de mettre un tableau avec quarante-deux cellules : ça pique les yeux.

Mais la deuxième chose à retenir, c'est qu'il est également inutile de faire figurer des informations dont vous n'avez pas besoin ! Vous pensez que cela va sans dire ? Eh bien jetez un œil sur votre dernier PowerPoint. Regardez si vous y avez proposé un tableau. Maintenant rappelez-vous. Avez-vous dit quelque chose comme : « Le chiffre à retenir, c'est celui-ci : 74 %. » Et vous avez montré du doigt le pourcentage.

Personne ne s'est vraiment posé la question : « Mais pourquoi montre-t-il les autres chiffres alors ? », mais tout le monde a regardé le tableau dans tous les sens, a essayé de comprendre ce que vous aviez mis en ligne et ce que vous aviez mis en colonne, a plissé les yeux pour lire les caractères trop petits… Les plus vicieux auront additionné tous les pourcentages pour

Copyright © 2016 Gereso.

voir si le total est bien de 100. Et il n'y aurait qu'une seule donnée qui serait importante ? Eh bien ne montrez que celle-là de la manière la plus visuelle possible ! Le contexte pourra être donné avec vos mots, ce que vous direz.

Quand Marie a préparé son PowerPoint, elle ne s'est pas vraiment posé la question du message qu'elle voulait faire passer dans sa diapo.

Elle avait un tableau de chiffres à sa disposition (mais ça aurait tout aussi bien pu être un graphique complexe ou un schéma tortueux) et elle a décidé qu'il était certainement intéressant que toutes ces informations soient portées à la connaissance de son public. Elle s'est peut-être aussi un peu dit que c'était une assez bonne manière de démontrer qu'elle avait bien travaillé et bien fait ses recherches.

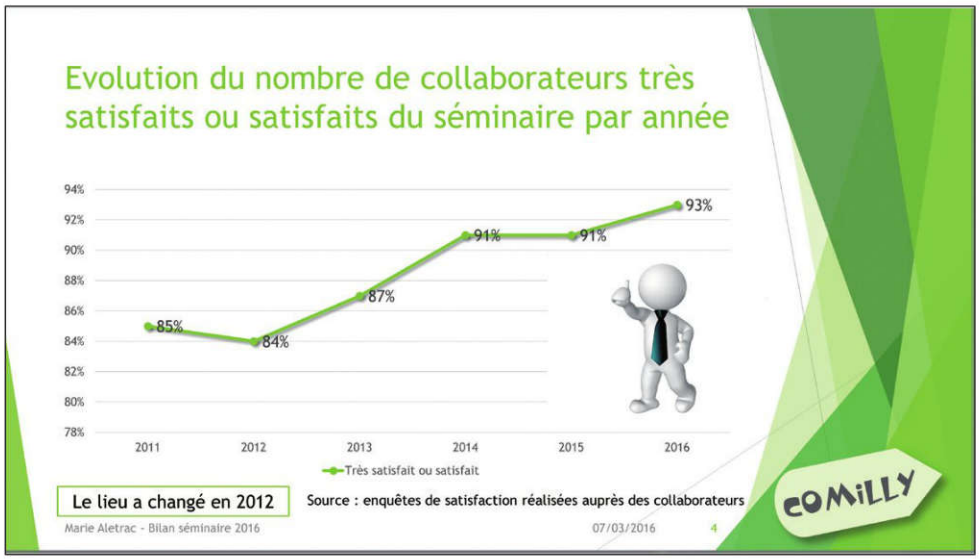
Marie a commis une grave erreur : elle a rempli sa diapo d'éléments qui n'étaient pas directement en lien avec le message qu'elle voulait faire passer. De cette manière elle a distrait l'attention de son auditoire en créant un document plutôt qu'un support visuel. Un document, on passe du temps dessus et on n'est pas attentif à ce qui se passe autour. Ici, ce qui se passe autour, c'est Marie qui parle un peu dans le vide.

La diapo « Il y en a un peu plus, je vous le mets quand même ? »

Marie propose un graphique : un titre, une légende, une courbe. Toutes les valeurs sont affichées, il y a même des gros ronds pour marquer chaque point de la courbe. Et puis un texte à côté précise que « le lieu a changé en 2012 ».

On a aussi un petit bonhomme stylisé avec une cravate qui a le pouce en l'air. Marie dira dans dix secondes que « oui, alors, euh, j'ai mis un petit bonhomme avec un pouce en l'air pour vous dire que les résultats sont bons ».

Copyright © 2016 Gereso.



Quand j'étais gamin, j'adorais dessiner, mais j'avais du mal à bien me rendre compte du moment où mon dessin était terminé et où il ne fallait plus y toucher. Je rajoutais, je rajoutais, je rajoutais : des lunettes, une moustache, une ombre, un nuage, un oiseau… Et au bout d'un moment, mon dessin me semblait beaucoup moins bon que ce qu'il avait été dix minutes auparavant. Trop chargé. Trop tard.

C'est exactement ce qu'a fait Marie en ajoutant tous ces éléments perturbateurs. À chaque fois qu'elle a cliqué sur « nouvelle diapositive », elle est tombée sur un espace vide. Et elle s'est dit qu'il fallait le remplir, alors elle a ajouté, ajouté, ajouté.

Le résultat pour vous, qui assistez à la présentation de Marie, c'est de la confusion : rien ne ressort visuellement sur la diapositive. Alors vous vous sentez submergé, parasité par tout ce qui ne sert à rien et pollue la diapositive.

Marie a pensé bien faire en « décorant » ainsi sa diapo, mais elle en a fait un sapin de Noël.

« La nature a horreur du vide » aurait dit Aristote. Le concepteur de PowerPoint aussi semble-t-il.

Copyright © 2016 Gereso.

La diapo « Abracadabra ! »

Marie a découvert que dans sa nouvelle version de PowerPoint, on lui propose des dizaines de nouvelles animations et transitions. Et quand en préparant son PowerPoint elle en a eu marre d'aligner des puces sur des listes à puces, elle a pris un moment de détente en testant le « flottant entrant », le « flash marqué » ou le « chemin personnalisé » (mais bon, celui-là est compliqué à mettre en œuvre).

Un élément arrive sur la diapo en faisant un double salto. Marie ne peut réprimer l'ébauche d'un sourire de fierté. La salle attend. Silence gêné. Marie reprend.

Je ne peux pas vous mettre la diapo de Marie, parce que le double salto est difficile à représenter sur un livre, mais croyez-moi, ça vaut un 5.9 de la part du juge lituanien.

Marie a frimé. Ça n'a servi à rien mais elle est assez contente.

J'ai récemment vu une publicité de *Microsoft* qui évoquait les dizaines de nouveaux effets, transitions, etc. Ça avait l'air extrêmement important pour eux que le client se rende compte qu'ils avaient énormément travaillé pour qu'il puisse épater la galerie avec ces nouveaux « gadgets ». C'est malheureusement comme les soirées photos organisées par les amis qui reviennent de trois semaines au Pérou : c'est absolument magnifique, mais au-delà de cinq minutes ça n'intéresse plus qu'eux.

En insistant sur les effets et transitions, Microsoft vend un logiciel pour se faire plaisir à soi et non pas aux autres. C'est très malin d'un point de vue marketing, mais désastreux pour vos présentations.

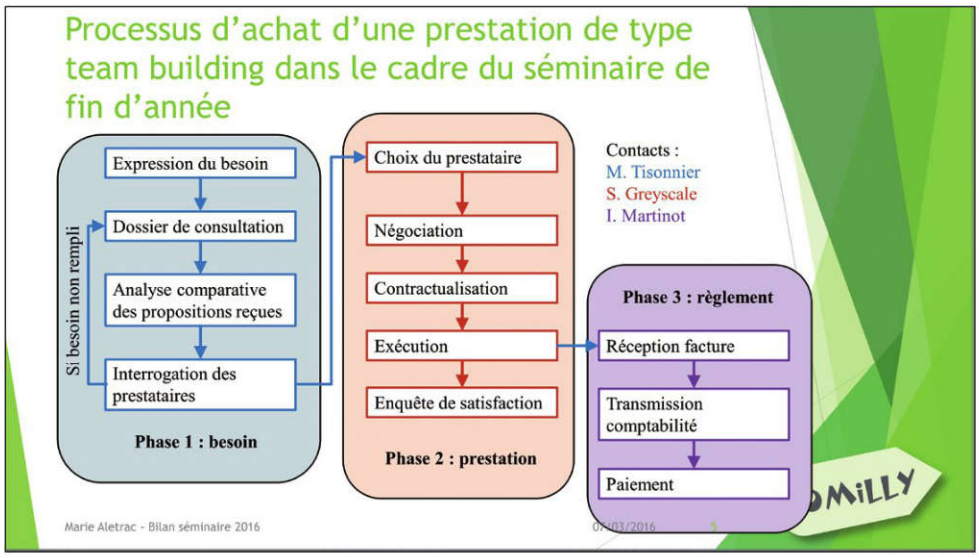
Il faut le reconnaître, c'est très tentant, et on se dit que ça ne mange pas de pain : l'arrivée d'une pile de billets avec double looping suivi d'un bruit de caisse enregistreuse pour matérialiser la volonté de réduire les coûts, c'est « franchement rigolo ». Ça fera sourire ou ricaner, mais en tout cas, ça n'atteindra pas le but escompté : en fait, ça les détournera de votre message.

N'utilisez donc les animations que si elles ont un sens dans votre discours. On en reparlera.

Copyright © 2016 Gereso.

La diapo « Je suis trop trop trop fier »

Marie est une championne du copier-coller. Et là elle vous a collé un schéma qui, à son sens, est une grande réussite. Elle a passé quatre jours et demi dessus, elle a bougé cent fois la bulle rouge, aligné exactement le rectangle bleu avec le rectangle violet, elle a fait en sorte que chacun des liens entre les éléments soit visible, elle a travaillé sur les codes couleurs…



C'est un schéma qu'elle a fait il y a dix-sept mois et que vous avez déjà vu dans deux présentations de Marie et dans un document de quelqu'un d'autre.

C'est vrai que le schéma est beau. Mais on n'y comprend rien. Marie elle-même vous dit quelque chose comme : « Ce que je vous affiche là n'est pas complètement dans le sujet, mais je trouvais important de vous le montrer parce qu'il est très complet. » Et Marie a le sentiment d'avoir un peu plus rentabilisé ses quatre jours et demi de labeur. Mais vous, ça y est, elle vous a définitivement perdu.

Ne faites pas comme Marie, résistez à cette tentation, c'est de l'orgueil. Mettez-vous à la place du public et si vous avez le moindre doute, supprimez cette œuvre personnelle qui trouvera certainement sa place ailleurs.

Copyright © 2016 Gereso.

En résumé

- On voit un peu partout les mêmes diapositives.
- Vos diapos « Je vais vous la lire » sert de prompteur : on ne vous écoute plus.
- Votre diapo « J'ai mis tous les chiffres », c'est pour un document : on est distrait en la regardant.
- Votre diapo « Il y en a peu plus, je vous le mets quand même ? » c'est du remplissage : on est submergé.
- Votre diapo « Abracadabra ! » c'est de la frime : on se moque de vous.
- Votre diapo « Je suis trop fier » c'est de l'orgueil : on n'y comprend rien.

Copyright © 2016 Gereso.

Chapitre 2

Les trois mauvaises raisons de faire un PowerPoint

Est-ce que vous vous êtes déjà demandé pourquoi vous faites un PowerPoint ?

Je reformule : est-ce que vous vous êtes déjà *sérieusement* demandé pourquoi vous faites un PowerPoint ? En quoi le fait de projeter sur un écran des diapositives peut-il avoir un impact positif sur votre public ? En quoi cela apporte-t-il un plus aux mots que vous prononcez, aux gestes que vous faites ? Est-ce que ça vaut vraiment la peine de consacrer autant de temps à l'apprentissage et la maîtrise du logiciel, à la composition soigneuse et minutieuse de dizaines de diapositives ?

Vous êtes-vous déjà posé ces questions ?

Probablement pas. Et il est difficile de vous en vouloir : moi-même je ne me les suis jamais posées avant que ce soit mon métier de le faire. Moi-même j'ai fait comme vous. J'ai fait des PowerPoint pour trois mauvaises raisons : parce qu'on me le demandait, pour m'en servir comme d'un prompteur et pour m'en servir comme d'un document.

Ce sont donc naturellement les trois mauvaises raisons pour lesquelles vous aussi faites des PowerPoint.

Copyright © 2016 Gereso.

Parce qu'on vous le demande

Vous croisez votre boss dans un couloir un vendredi après-midi.

Avouez-le, vous êtes aussi heureux que si on vous proposait de battre un record d'apnée dans une piscine à quatre degrés pour deux raisons :

- Vous appréhendez l'idée de prendre la parole devant un public.
- Vous vous projetez déjà dans la soirée que vous allez gâcher lundi à peaufiner vos diapositives.

Mais vous le faites quand même parce qu'on vous l'a demandé. Et le PowerPoint que vous produisez contient en un grand nombre d'exemplaires toutes les diapositives que je vous ai présentées dans le chapitre précédent. Parce qu'en plus de faire un PowerPoint parce qu'on vous le demande, vous faites un PowerPoint qui ressemble exactement à tous ceux que vous avez vus et faits précédemment : pas le temps de vous poser de questions.

Faire quelque chose parce qu'on vous le demande, c'est à la fois malin et complètement idiot. C'est malin parce que c'est rudement efficace pour ne pas avoir d'ennuis. C'est idiot parce que ça évite de se poser des bonnes questions. Faire les choses parce qu'on me les demandait, ça m'a été très utile lorsque j'ai fait mes classes au début de mon service militaire au 121e régiment du train de Montlhéry (je suis né juste un petit peu trop tôt…). Le maréchal des logis chef appréciait assez peu qu'on dévie de la ligne qu'il imposait avec constance et ne pas faire exactement ce qu'il me demandait ne m'aurait valu que des soucis. Mais je n'avais aucune ambition de deve-

Copyright © 2016 Gereso.

nir un général cinq étoiles et le monde professionnel n'est pas l'armée : il peut vous être très bénéfique de faire différemment ou plus que ce qu'on vous demande ou de ce que vous avez toujours vu faire.

J'ai récemment animé une formation « Prise de parole en public » pour une grande entreprise de l'agroalimentaire. À la question traditionnelle : « Est-ce que vous avez l'habitude d'utiliser PowerPoint pour vos prises de parole ? », j'ai eu l'agréable surprise de découvrir qu'on les incitait à l'utiliser de moins en moins. Pourquoi ? Parce que le management de l'entreprise s'est rendu compte que les présentations avec PowerPoint aboutissaient à beaucoup moins d'interactions, de décisions, d'efficacité. Deux solutions s'offraient à eux : soit réduire le nombre de PowerPoint (ce qu'ils ont choisi), soit faire les PowerPoint autrement. Ce qui est possible, et cet ouvrage est là pour vous le prouver !

On m'a également souvent relaté des anecdotes où pour une raison technique le PowerPoint n'avait pas pu être diffusé. Et souvent, cela s'est passé comme pour Marie-Marguerite qui me raconte : « À la fin de la session les participants ont dit leur étonnement et aussi leur satisfaction face à l'attitude de détachement dont j'ai fait preuve devant l'incident logistique vécu. » Ou Louis qui évoque : « Une de mes meilleures présentations du sujet où j'ai complètement oublié le diaporama et improvisé ce que j'avais à dire. Tout le monde était très content. »

Posez-vous donc la question : est-ce que vous faites un PowerPoint juste parce qu'on vous le demande ? Pouvez-vous faire autrement ?

Pour vous en servir comme d'un prompteur

Chaque soir, des millions de gens regardent le journal télévisé à 20 h ou alors en boucle sur les chaînes d'information en continu. Tout le monde le sait : les présentateurs lisent un prompteur. Le temps où le regard d'Yves Mourousi passait de sa feuille à la caméra est loin !

Le prompteur est très efficace parce que, placé à côté de l'objectif de la caméra, il donne l'impression que le présentateur ou la présentatrice s'adresse directement à vous alors qu'il ou elle lit avec plus ou moins de talent et de naturel. La version ultrasophistiquée permet à des femmes et hommes politiques de s'adresser directement à la foule alors qu'ils re-

Copyright © 2016 Gereso.

gardent des glaces sans tain, donc transparents pour les spectateurs mais avec leur texte pour eux.

Le prompteur, c'est un outil qui permet de donner l'illusion aux spectateurs qu'on s'adresse directement à eux, dans les yeux, alors qu'on est en train de lire. Et ça ne fonctionne efficacement que dans ce cas !

Dans ce cas-là, vous vous servez de votre PowerPoint comme d'un prompteur. Mais à la différence de David Pujadas, votre public le voit également et vous ne le regardez pas dans les yeux puisque vous êtes presque en permanence tourné vers votre écran. Ainsi, vous augmentez votre confort, mais vous diminuez celui du spectateur.

En agissant ainsi, vous faites preuve de paresse, de non-respect de votre public et d'inconscience.

Paresse parce que, vous ne vous donnez pas la peine de répéter, de retenir l'enchaînement des points formant votre raisonnement et de les restituer avec engagement.

Non-respect de votre public parce que vous vous tournez en permanence vers l'écran où l'image de votre diaporama est projetée ou bien vous baissez les yeux vers votre ordinateur portable ou le retour sur moniteur. Bref, vous perdez le contact visuel avec votre auditoire et donc vous rompez la communication. De plus, si vous avez prévu de leur répéter ce qui est inscrit sur vos diapos, il est inutile de les obliger à se déplacer. Chacun est capable de déchiffrer cette même présentation bien installé à son bureau ou dans les transports en commun.

Copyright © 2016 Gereso.

Vous faites enfin preuve d'inconscience. Il en faut en effet pour estimer que vous réussirez à convaincre votre auditoire et à lui faire adopter votre point de vue en leur faisant la lecture. Vous réussirez au mieux à les ennuyer.

La seule bonne raison de lire tout haut ce qui est écrit sur un écran visible du public, c'est si celui-ci doit également lire tout haut en même temps que vous. Il n'y a qu'un seul endroit où cela arrive : dans un karaoké !

Pour vous en servir comme d'un document

La question arrive immanquablement. Et si elle n'arrive pas, c'est parce que vous avez anticipé et que vous avez prévenu dès le début.

Fournir un document aux participants à une réunion, une formation ou un séminaire est une excellente idée. Ils peuvent en général y retrouver tout ce que vous avez dit avec éventuellement des informations complémentaires, des détails dans lesquels vous n'avez pas pu entrer… Ils y trouveront du texte rédigé, des tableaux détaillés, des graphiques légendés, des schémas compliqués, bref, toutes les informations dont ils auront besoin pour que votre intervention soit encore plus mémorable *a posteriori*.

Jusque-là tout va bien.

Là où ça se gâte, c'est quand vous faites d'une pierre deux coups : vous décidez que le document que vous distribuerez et le support visuel que vous projetez… ne font qu'un. Du coup, il vous faut mettre toutes les informations sur vos diapos : les fameux textes en général sous forme de listes à puces, les tableaux complets, les graphiques fouillés, les schémas qui partent dans tous les sens. Tout !

Copyright © 2016 Gereso.

Arrêtons-nous une seconde. Est-ce que cette décision est-elle bien raisonnable ? Cela fait-il vraiment sens de décider que ce que vous montrez pendant que vous parlez sera la même chose que ce que vous donnez à lire quand vous ne serez plus là ?

Réfléchissez.

Réfléchissez encore.

Ça y est, vous êtes d'accord avec moi, ça n'a aucun sens ! PowerPoint n'est pas Word, un support visuel n'est pas un document. Il faut rédiger un document différent de votre PowerPoint. Voilà qui va vous demander du travail supplémentaire, mais il n'est pas rationnel de faire autrement.

Cette pratique est malheureusement tellement ancrée en beaucoup d'entre nous que faire différemment semble incongru. Alain, un professeur d'une grande université parisienne me racontait récemment qu'il présentait en début d'année un jeu d'entreprise à ses étudiants. Le créateur du jeu tenait absolument à ce que son PowerPoint chargé, plein de listes à puces, bref un document, soit utilisé dans ce contexte de présentation orale. Alain avait dû alléger la présentation à l'insu du créateur du jeu pour un résultat bien plus efficace ! S'il lui avait dit, il aurait à coup sûr essuyé un regard réprobateur m'a-t-il révélé…

Votre support visuel PowerPoint destiné à accompagner votre présentation orale ne doit jamais, jamais, jamais être un document.

Copyright © 2016 Gereso.

En résumé

- On devrait toujours se poser la question : « Pourquoi est-ce que je fais un PowerPoint ? »
- La première mauvaise raison de faire un PowerPoint, c'est parce qu'on vous le demande : du coup on fait exactement la même chose que tout le monde.
- La deuxième mauvaise raison, c'est pour vous en servir comme d'un prompteur.
- La troisième mauvaise raison, c'est pour vous en servir comme d'un document.

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Chapitre 3

Pourquoi vos PowerPoint ne marchent pas (scientifiquement prouvé !)

Je viens de vous donner les trois mauvaises raisons de faire un PowerPoint, et il y a de très fortes chances que vous vous soyez reconnu dans une, voire deux, voire plus probablement les trois raisons. Je vous ai donc prouvé que faire un PowerPoint parce qu'on vous le demande, ou bien s'en servir comme d'un prompteur ou bien le confondre avec le document que vous distribuerez à l'issue de votre présentation sont de bien mauvaises habitudes. Mais vous avez le droit de ne pas être encore convaincu du caractère contre-productif de ces mauvaises habitudes !

C'est pourquoi dans ce chapitre je vais m'appuyer sur des recherches scientifiques pour étayer mon propos. Vos PowerPoint ne marchent pas, et c'est scientifiquement prouvé ! Nous allons nous intéresser au travail de Richard Mayer, professeur de psychologie à l'université de Californie à Santa Barbara[1].

Richard Mayer s'intéresse de très près à la manière dont on apprend. Je vais donc extrapoler ses théories à tous types de présentations, mêmes

1. *Multimedia Learning, Richard Mayer, Cambridge University Press, 2009 (n'existe pas en français).*

Copyright © 2016 Gereso.

celles qui ne sont pas des formations. Je considère ici que toute présentation vise à faire retenir des messages au public, de manière à le convaincre, l'informer ou le faire agir.

Le psychologue considère que les « apprenants » essaient activement de construire une représentation mentale qui a du sens, plutôt que d'être de simples *réceptacles* à informations. Ce qui permet donc de ne plus considérer l'orateur (« l'instructeur » dans son langage) comme un *déversoir* à informations.

Le deuxième élément lui permettant de construire sa théorie est celui de la limite de la mémoire de travail des apprenants : si on reçoit trop d'informations, on ne peut pas toutes les traiter.

À partir de ces deux hypothèses, il décide d'étayer par des expériences scientifiques rigoureuses douze principes dont trois nous intéressent particulièrement en ce qui concerne vos PowerPoint : le principe multimédia, le principe de cohérence et le principe de redondance.

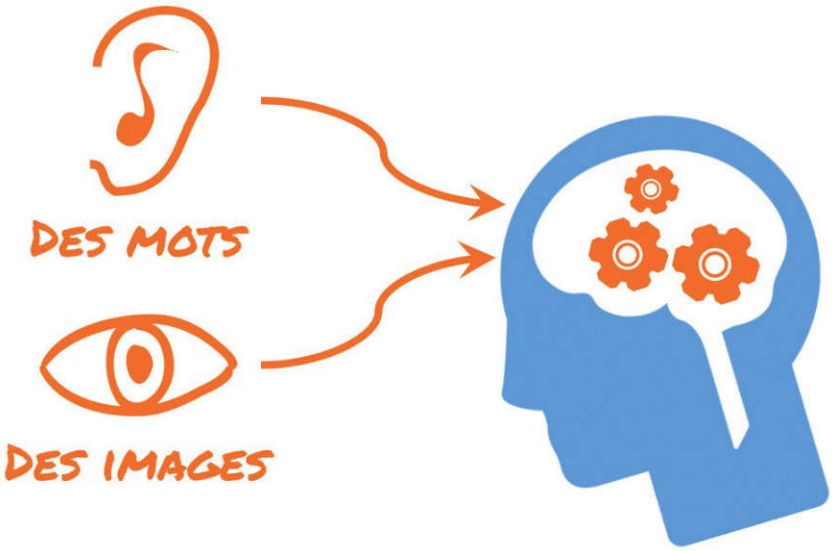
Le principe multimédia

Selon ce principe, « on apprend mieux avec des mots et des images qu'avec des mots seuls ».

L'auteur a mené deux expériences : il s'agissait d'expliquer à des « apprenants » dans un cas le fonctionnement d'une pompe à vélo et dans l'autre cas le fonctionnement des freins d'une voiture. À chaque fois le chercheur a séparé ses apprenants en deux groupes : le premier groupe écoutait un texte décrivant le fonctionnement, le second groupe écoutait le même texte mais celui-ci était accompagné d'illustrations. Dans les deux cas, le second groupe a été bien plus performant au test de compréhension que le premier.

Le résultat de cette expérience donne la raison pour laquelle il est utile d'accompagner sa présentation d'un PowerPoint : il s'agit d'illustrer vos propos par des éléments visuels parce que l'association des mots et des images permet à votre public de se créer un véritable schéma mental de ce dont vous parlez et ainsi d'en renforcer la compréhension.

Copyright © 2016 Gereso.



Il s'agira donc de compléter le discours oral (ce que vous dites) avec des « images », terme à prendre au sens large : des photos, des graphiques, des schémas, des mots-clés…

Ce principe vous donne également la raison pour laquelle la plupart des diaporamas sont *a minima* inutiles : ils ne proposent pas d'images. Il est en effet essentiel de vérifier que ce que l'on met sur sa diapo constitue bien un élément visuel : une liste à puces n'en est pas un ; un tableau avec beaucoup de chiffres n'en est pas un ; un bloc de texte n'en est pas un.

Le principe de cohérence

J'ai été pendant deux ans, en 2008 et 2009, ingénieur en informatique chez *Google* à New York. À cette époque, le PDG était Eric Schmidt.

Eric Schmidt détonne un peu par rapport aux créateurs de l'entreprise, Larry Page et Sergueï Brin. Il a vingt ans de plus et porte toujours le costume-cravate et des grosses lunettes rondes. Il fait sérieux et il l'est : diplômé des universités de Princeton et Berkeley, ancien chercheur en informatique, il a travaillé pour Xerox, Sun Microsystems et Novell.

Un jour, Eric Schmidt est venu s'adresser à nous, dans les bureaux de Google à New York. Nous étions chez Google, le PDG venait parler, on s'attendait à avoir une intervention de haut niveau minutieusement préparée. Oui, l'intervention était minutieusement préparée, mais pas comme

Copyright © 2016 Gereso.

il le fallait. Chaque diapo invitait à la lecture, chaque graphique présenté incitait à rentrer dans le détail des échelles, des courbes et des légendes. Je ne sais pas si depuis Eric Schmidt a amélioré son style de présentation, mais il aurait été inspiré de prendre exemple sur l'ancien patron d'Apple, Steve Jobs.

Durant cette présentation, Eric Schmidt a proposé des éléments certes intéressants, mais non utiles dans le contexte de sa présentation orale. Il était ainsi en contradiction avec le deuxième principe de Richard Mayer qui nous intéresse : le principe de cohérence. Ce principe de cohérence nous révèle la chose suivante : « On apprend mieux lorsque les mots et images additionnelles intéressants mais non nécessaires sont exclus. »

Pour le prouver, le chercheur a proposé une présentation « multimédia » à deux groupes différents sur la manière dont naissait la foudre dans le ciel lorsqu'il y avait un orage. Le premier groupe recevait une information concise, tandis que le deuxième groupe recevait la même information dans laquelle étaient ajoutés des petits clips présentant des informations supplémentaires, dans le style : « La foudre peut arriver à n'importe quelle saison et peut potentiellement frapper n'importe où, n'importe quand. »

Il posait ensuite la question suivante aux participants : « Comment peut-on réduire l'intensité de la foudre ? »

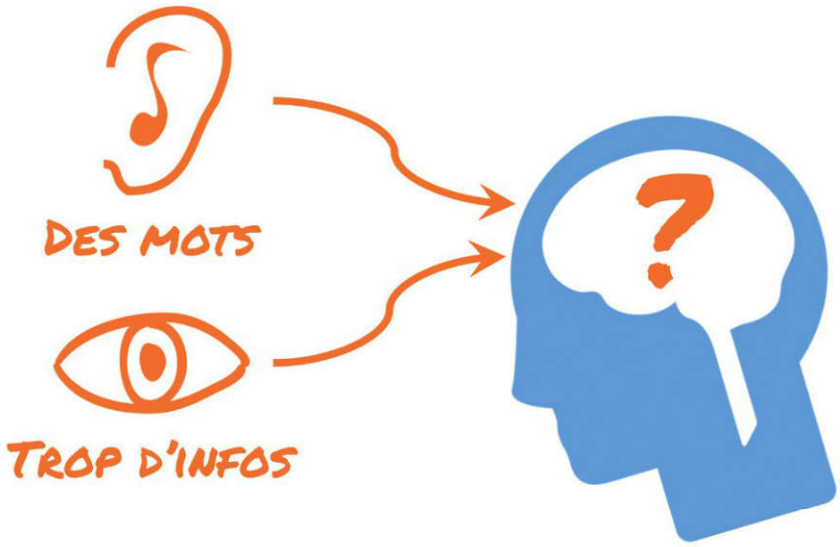
Les participants du premier groupe, ceux qui avaient reçu une information concise sans éléments supplémentaires, se sont avérés bien plus performants dans la résolution de ce problème.

Pour PowerPoint, cela veut dire trois choses :

- Il est contre-productif d'ajouter des éléments (graphiques, textes, schémas, tableaux) en vous disant : « J'ajoute ça sur mes slides pour les gens que ça intéresserait d'avoir un complément d'information. » Votre public retiendra et comprendra beaucoup moins bien votre message essentiel, ce que vous voulez leur faire passer.
- Lorsque vous proposez un graphique, veillez à retirer tous les éléments qui ne servent pas directement à illustrer le message que vous êtes en train de faire passer. Les éléments supplémentaires parasitent la compréhension de votre message.

Copyright © 2016 Gereso.

- Tous les éléments supplémentaires intéressants mais qui ne font pas partie de votre intervention auront leur place dans un document à part que vous pourrez distribuer ensuite ou envoyer par mail.



Le principe de redondance

J'ai assisté récemment à la présentation du président de la zone Europe d'une grande entreprise, un matin, devant deux cents participants, parce que j'animais pour ces mêmes participants un team building cet après-midi-là.

Il était huit heures et demie du matin, le public était disons… pas complètement éveillé. Le lieu était spacieux, agréable, avec une belle vue sur Paris. Le président portait le costume-cravate avec élégance. Derrière lui un très grand écran pour son PowerPoint. Il monta sur scène avec dynamisme alors que la première diapo affichait le titre de sa présentation : certainement quelque chose dans le style « Résultats Q4 et perspectives année n + 1 ». Bien entendu, on y lisait également son nom, son titre, la date et le lieu. Le logo de l'entreprise était affiché en bas à droite.

L'homme était bon orateur, il occupait bien l'espace, parlait avec assurance et rythme, utilisait son corps pour mettre en valeur ses propos, ne regardait pas son diaporama à tout bout de champ. Son objectif était de mettre en garde l'assistance sur les dangers que représentaient les « petits » de leur secteur face à eux, les géants. Pour illustrer ce message, il décida de

Copyright © 2016 Gereso.

raconter l'histoire de David et Goliath : comment par la ruse le petit David a vaincu le colosse Goliath.

Il raconta cette histoire comme il faut le faire : en ajoutant des détails, en faisant les dialogues, en « touchant » son public par la mention d'éléments visuels et sonores, un message final pour enrober le tout, bref : du tout bon !

Et pourtant cela ne marcha pas comme ça aurait dû.

Est-ce qu'il avait préparé son diaporama lui-même ou bien l'avait-on fait pour lui ? Toujours est-il que derrière lui, pendant qu'il parlait, toute l'histoire de David et Goliath était affichée sous forme de phrases entières et de listes à puces : des pavés de textes indigestes que le public essayait de lire tout en l'écoutant et quelques images représentant les protagonistes de l'histoire.

Richard Mayer, avec le troisième principe qui nous intéresse, prouve que faire un tel PowerPoint est un désastre. Le principe de redondance nous révèle en effet que « on apprend mieux avec des images et un discours oral qu'avec des images, un discours oral ainsi que du texte écrit ». Le texte écrit sur les diapositives de l'orateur a desservi son message ! C'est un peu comme avec le clip de Stromae : on retiendra mieux l'histoire qu'il nous raconte si on n'est pas obligé de lire des sous-titres en anglais.

Richard Mayer évoque la théorie selon laquelle tout le monde n'apprend pas de la même façon. Certains seront « visuels » quand d'autres seront « auditifs ». Si l'on extrapole, il serait donc plus efficace de présenter l'information dans différents formats : les gens qui préfèrent écouter seraient plus attentifs aux mots prononcés par l'orateur, les gens qui préfèrent lire seraient plus attentifs aux phrases qui seraient présentées sur le support visuel.

Si la théorie de la préférence sensorielle a bien été vérifiée, l'extrapolation est en revanche fausse. Cela découle directement de la limite de la mémoire « de travail » (ou si vous préférez, la mémoire à court terme) des personnes qui composent votre public : lorsqu'on est submergé d'informations, il est impossible de toutes les traiter. Outre les expériences qu'il a lui-même réalisées, une nouvelle fois avec l'exemple de la foudre, l'auteur en évoque d'autres qui aboutissent toutes au même résultat : des étudiants de

Copyright © 2016 Gereso.

collège qui apprennent la géométrie, des étudiants auxquels on expose des théories sur l'électricité, des étudiants recevant un cours sur la mémoire…

À l'étude de ses données et de celles de ses confrères, l'auteur a pu constater que les dégâts étaient réduits lorsque les textes étaient limités à quelques mots-clés et qu'ils étaient proches des « images » auxquelles ils faisaient référence, et ce seulement auprès d'étudiants expérimentés dans le domaine.

Ce principe naît d'une observation scientifique : on ne peut pas faire deux choses à la fois. Dire que les femmes sont plus « multitâches » que les hommes, c'est faux. Personne n'est multitâche. Dire que les jeunes adultes de la génération Y sont parfaitement capables de pianoter sur leur iPhone en participant activement à une réunion, c'est faux.

Le neuroscientifique John Medina en fournit la preuve avec une expérience intéressante[2]. Des chercheurs ont regroupé des étudiants dits « multi-tâches » en deux groupes : les heavy media multitaskers et les light media multitaskers (en gros ceux qui consultent tout le temps leur téléphone ou leur ordinateur en cours et ceux qui le font un peu moins). Ils les ont ensuite soumis à des tests d'attention : les heavy multitaskers ont obtenu de bien moins bons résultats. Passer d'une tâche à une autre nécessite en effet tout d'abord de se désengager de la première puis de s'engager sur la seconde, ce qui demande plusieurs dizaines de secondes. Et ainsi de suite à chaque changement de tâche.

Il vous arrive la même chose lorsque vous êtes dans une soirée en train de discuter avec quelqu'un que vous n'avez pas vu depuis un moment.

« Ohlala, les enfants ont dû grandir, lancez-vous à votre amie.

- Mais tu m'étonnes ça passe à une vitesse !

- Comment ils vont ?

- Oh, Léo ça va, il est sérieux, appliqué… Zoé c'est différent, elle est hyper vive, créative ! »

Et pendant que votre amie vous raconte les exploits de Léo et Zoé, vous saisissez une bribe de conversation derrière vous. C'est votre conjointe ou votre conjoint qui parle et vous entendez votre prénom : « … bla-bla-bla

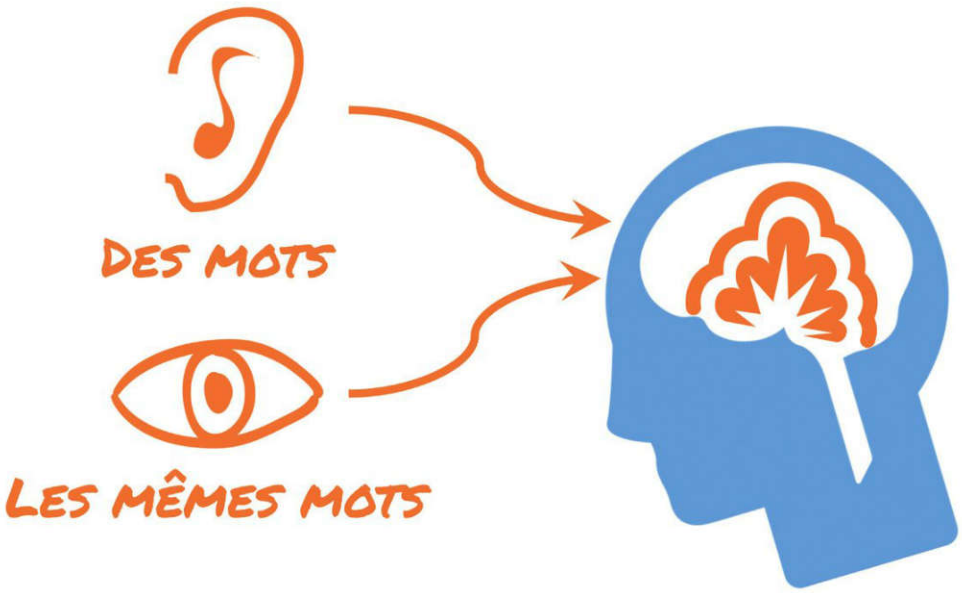
2. Les 12 lois du cerveau, John Medina, Quotidien Malin Editions, 2014.

Copyright © 2016 Gereso.

vraiment pas d'accord bla-bla ça me rappelle la fois où bla-bla super avec les enfants blabla. »

Vous essayez d'être aux deux moments à la fois : avec votre amie qui vous parle et à l'écoute de cette conversation où l'on parle de vous sans savoir si c'est en bien ou en mal. Résultat : vous ne saisissez rien, vous n'êtes à rien. 1 + 1 = 0.

Pour PowerPoint, la leçon est évidente. Écrire sur sa diapo ce que l'on dit est redondant et a un effet négatif sur ce que va retenir le public puisqu'il devra sans arrêt passer d'une tâche à une autre : lire et puis vous écouter et puis lire et puis vous écouter, etc. Si vous n'imaginez pas ne proposer que des visuels, il faut absolument que vous limitiez les textes à des mots-clés, proches des visuels auxquels ils se rapportent. Même les gens dits « visuels » y gagneront en compréhension et en appropriation de votre sujet.



Copyright © 2016 Gereso.

En résumé

- Les recherches sur l'apprentissage prouvent que la manière dont on fait habituellement ses PowerPoint est contre-productive.
- Quand on assiste à une présentation orale, on essaie activement de construire une représentation mentale qui a du sens plutôt que d'être un réceptacle à informations.
- Il faut mettre des « images » au sens large sur ses diapositives.
- Il ne faut pas mettre d'informations « intéressantes » mais non nécessaires sur vos diapos.
- Écrire sur sa diapo ce que l'on dit est redondant et contre-productif.

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Chapitre 4

Les bonnes raisons de faire un PowerPoint

Je viens de passer trois chapitres à vous décrire par le menu toutes les erreurs que vous faites avec PowerPoint. À ce point du livre, il y a trois possibilités :

- Soit vous piaffez d'impatience en attendant de savoir ce qu'il faut faire.
- Soit vous avez sauté toutes les pages pour arriver directement ici.
- Soit vous m'attendez dehors avec deux copains à vous qui font quatre mètres en tout.

Continuez à lire, vous allez comprendre qu'il y a d'excellentes raisons de faire un PowerPoint mais qu'il est essentiel d'être toujours très vigilant pour ne pas tomber dans les travers habituels : faire un PowerPoint sans se poser de questions, faire un PowerPoint pour s'en servir comme prompteur, faire un PowerPoint pour s'en servir de document.

Le logiciel a vraiment tout pour réussir de belles présentations qui seront un véritable plus pour votre public. Mais il faut fouiller un peu et le prendre à revers de ce qu'il propose d'emblée. PowerPoint est la plupart du temps un frein à la communication, il faut que vous mettiez tout en œuvre pour que ça permette au contraire de mettre un turbo à votre communication !

Copyright © 2016 Gereso.

Pour compléter votre discours oral

Le clip vidéo le plus mythique de toute l'histoire, c'est sans doute *Thriller* de Michael Jackson. Je suis certain que, comme moi, vous avez entendu mille fois la chanson sans même comprendre les paroles (moi j'avais sept ans quand elle est sortie). Et vous l'avez peut-être aimée. Et puis le clip y a ajouté une nouvelle dimension. Il a renforcé l'histoire qui était racontée par du visuel stylisé, efficace, esthétique et scénarisé.

De manière générale, le clip vidéo a parfois aidé à rendre des chansons mythiques, mais il n'en est pas l'essence même. Ce sont la voix et l'interprétation du chanteur, le texte et bien entendu la musique qui font d'abord la chanson.

Le PowerPoint, c'est comme un clip vidéo. Il ne doit pas être le centre et l'essence de la prise de parole, mais il doit lui ajouter une nouvelle dimension. Le diaporama et le discours se complètent. Ainsi, vos spectateurs vivent une « expérience » à la fois auditive et visuelle.

Les mots c'est vous, le PowerPoint c'est du visuel.

C'est d'ailleurs corroboré par les trois principes de Richard Mayer que nous avons énoncés au chapitre précédent :

- On apprend mieux avec des mots et des images qu'avec des mots seuls.
- On apprend mieux lorsque les mots et images additionnelles intéressants mais non nécessaires sont exclus.
- On apprend mieux avec des images et un discours oral qu'avec des images, un discours oral ainsi que du texte écrit.

Copyright © 2016 Gereso.

Si vous envisagez le PowerPoint comme une manière de compléter, de mettre en valeur et d'ajouter une dimension à votre discours oral, vous ne ferez plus jamais de PowerPoint prompteurs qui répètent votre discours ou de PowerPoint documents qui affichent des quantités de choses non pertinentes.

Le revers de la médaille c'est que lorsque vous aurez à subir une « revue » préalable de vos diapos par votre supérieur hiérarchique ou par l'organisateur d'un événement au cours duquel vous intervenez, vous devrez user de toute votre pédagogie pour bien faire entendre que sans vous, votre diaporama ne sert à rien. Puisqu'il ne contient pas l'ensemble de votre intervention, mais uniquement les visuels qui permettront au public de vivre une expérience d'apprentissage, de transmission encore plus efficace qu'avec votre discours seul, votre diaporama ne doit pas être diffusé, distribué, revu. C'est le document qui l'accompagne qui a cette fonction de rappel du contenu de votre intervention.

Parce que c'est une technique d'animation… comme une autre

Nous en avons parlé plus haut, il n'est plus beaucoup d'interventions orales aujourd'hui qui se font sans l'utilisation d'un PowerPoint. Et pourtant, il est important de le considérer comme une technique d'animation d'un groupe au même titre que toutes les autres ! La plus évidente est le paperboard, mais il y en a d'autres : faire lever les gens, diffuser une vidéo, faire écrire, utiliser les Post-it, afficher un poster, utiliser des tablettes numériques…

Lorsque je suis venu parler de l'utilisation de PowerPoint aux consultants d'un organisme de formation, la responsable pédagogique m'a bien demandé d'insister sur le fait que projeter un PowerPoint n'avait aucun caractère obligatoire et que dans tous les cas il était très important que celui-ci ne prenne pas toute la place.

Considérer que PowerPoint est une technique d'animation comme les autres, cela oblige à deux choses :

- Vous préparer différemment : vous ne faites pas un PowerPoint pour prendre la parole, vous préparez votre prise de parole en y incluant un support visuel.

Copyright © 2016 Gereso.

- Reprendre votre place en tant que point de convergence du regard des spectateurs : vous n'êtes pas en train de dérouler un PowerPoint, vous êtes en train de prendre la parole en utilisant un diaporama comme support visuel.

Si vous décidez d'envisager les choses de cette façon, de fait vous n'allez pas créer une relation tripartite : votre PowerPoint, vous, votre public. Vous allez plutôt envisager les choses comme un dialogue avec un public, et cette relation sera soutenue par votre PowerPoint.

Parce que le mot important dans support visuel c'est « visuel »

Répétez avec moi : « Les mots c'est moi, le PowerPoint c'est du visuel. » Encore : « Les mots c'est moi, le PowerPoint c'est du visuel. » Allez, une troisième fois pour être en être définitivement certain : « Les mots c'est moi, le PowerPoint c'est du visuel. »

On l'a vu au chapitre précédent avec le principe de redondance : il est contre-productif d'écrire tout ce que l'on dit sur sa diapo. Du coup, un choix s'impose à vous :

- Soit vous n'utilisez pas de PowerPoint, et vous comptez uniquement sur vous, votre corps, votre visage, votre voix, vos mots et tout le matériel dont vous disposez (paperboard, interactions…). Et c'est une excellente solution !
- Soit vous utilisez PowerPoint, vous proposez du visuel et vous l'animez avec talent. C'est une excellente solution également !

On a vu également que selon le principe multimédia, on apprenait mieux avec des mots et des images qu'avec des mots seuls. Il sera donc efficace de proposer un support visuel avec des images pour soutenir vos messages. C'est scientifiquement prouvé !

Et si vous pensez que la science change tout le temps d'avis et que ce qui est vrai aujourd'hui sera peut-être faux demain, voici ce que l'on peut retenir d'un des plus célèbres numéros de music-hall : la « mémoire d'éléphant ». Un de ceux qui réalisent cette prouesse sur scène est Olivier Lejeune. Il demande au public de lui donner cent mots et il les numérote de 1 à 100. Puis il est capable de les réciter dans l'ordre ou dans l'ordre inverse, de

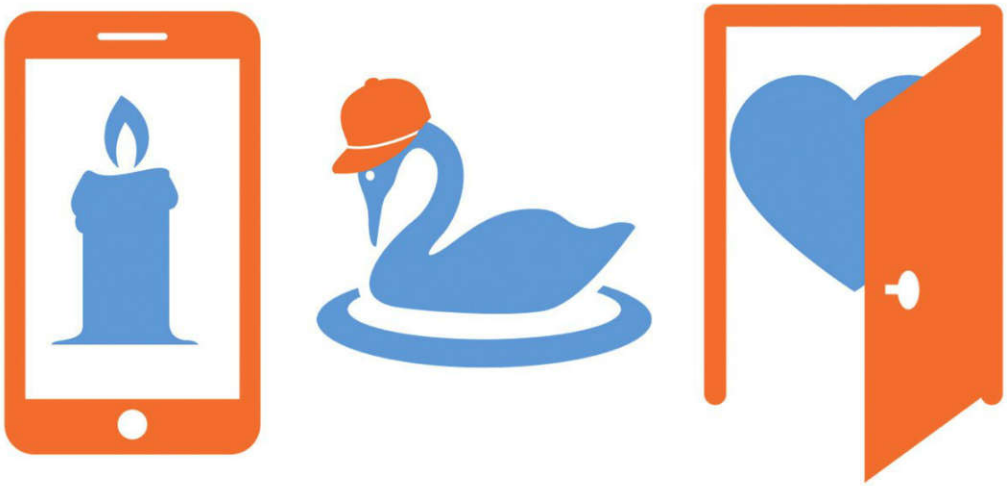
Copyright © 2016 Gereso.

dire quel mot est associé à quel numéro, de donner le numéro associé à tel mot… Il utilise pour cela une méthode d'association d'image et de nombre.

Olivier Lejeune a appris par cœur il y a longtemps et définitivement une liste de cent mots, chacun associé à un rang :

- 1 = bougie
- 2 = cygne
- 3 = cœur
- Etc.

À chaque fois qu'il réalise sa performance et qu'on lui donne un nouveau mot, il associe visuellement une scène en fonction du rang. Par exemple, si on lui donne en 1 le mot téléphone, il imagine un téléphone avec une bougie en fond d'écran. Si on lui donne en 2 le mot casquette, il imagine un cygne avec une casquette. Si on lui donne en 3 le mot porte, il imagine un cœur derrière une porte, etc.



Copyright © 2016 Gereso.

Lorsqu'on lui demande un numéro, il lui suffit de se remémorer la scène qu'il avait visualisée pour que le mot lui apparaisse. Et il peut facilement répondre : « 23 ? Une souris. »

Cette performance ne nécessite pas de prédisposition particulière et tout le monde peut la réaliser avec de l'entraînement. Elle nous montre à quel point le visuel est ce qu'il y a de plus efficace pour se remémorer quelque chose. Pour vous, présenter des éléments visuels à votre public sera l'occasion d'ancrer vos messages de manière durable.

Nous verrons dans un chapitre ultérieur comment choisir et « mettre en scène » chacun de ces éléments.

Pour procurer des émotions

En France, on aime Descartes. On aime l'idée d'être cartésien. Essayons de comprendre ce que cela veut exactement dire.

René Descartes, dans *Le discours de la méthode*, évoque entre autres concepts celui de la dualité de l'âme et du corps. Pour lui, ce que ressent le corps (les émotions) ne doit avoir aucune influence sur la pensée et toute décision doit trouver sa source dans un calcul froid et rationnel. Ce serait la meilleure manière de prendre une décision allant totalement dans son propre intérêt.

C'est précisément sur ce point que le neurologue américain Antonio Damasio le contredit[3].

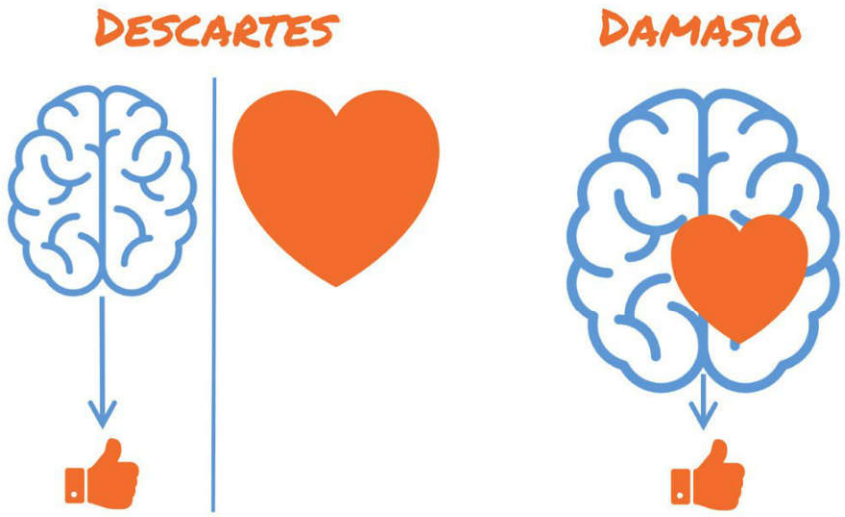
C'est en étudiant un patient prénommé Elliot qu'il a commencé à construire sa théorie, selon laquelle toutes nos décisions sont fortement influencées par nos états émotionnels. Elliot menait une vie équilibrée et heureuse sur le plan familial et professionnel, jusqu'à la découverte d'une tumeur au cerveau qui a nécessité une opération. Suite à l'ablation de la tumeur, Elliot a conservé en apparence toutes ses facultés intellectuelles : ses tests de QI montraient d'excellents résultats. En revanche, il n'était plus le même homme : quittant son épouse, incapable de conserver son travail, il a fait des choix désastreux et détruit sa vie professionnelle et personnelle. Lors d'un test, le neurologue lui montra des photographies chocs de personnes blessées lors d'accidents : Elliot ne montra pas la moindre réaction. Dama-

3. L'Erreur de Descartes, Antonio R. Damasio, Odile Jacob, 1994.

Copyright © 2016 Gereso.

sio comprit ainsi que son patient avait été privé de ses émotions par l'ablation de la tumeur et du tissu cérébral endommagé par celle-ci, et que cela était la cause de ses échecs répétés.

Pour Damasio, l'émotion, nécessaire à la survie, fait partie de la raison. En conséquence, les émotions interviennent dans la prise de décision rationnelle. Sans elles, nous faisons n'importe quoi. « Le cœur a ses raisons que la raison est loin d'ignorer » nous dit la quatrième de couverture.



Lorsque vous faites une présentation, vous souhaitez que votre public « prenne la décision » d'être d'accord avec vous, d'adopter votre point de vue. Cela va à l'encontre des croyances bien ancrées en beaucoup d'entre nous, convaincus comme Descartes qu'un discours rationnel proprement argumenté et démontré suffit à rallier qui que ce soit à votre cause, mais en réalité il faut que vous jouiez sur leurs émotions.

Et ça tombe bien : nous venons de voir que le visuel était ce qu'il y avait de plus efficace pour aider à la mémorisation. C'est aussi ce qu'il y a de plus efficace lorsqu'il s'agit de provoquer des émotions. Les deux sont d'ailleurs totalement liés.

Il ne s'agit bien entendu pas de faire systématiquement hurler de rire ou pleurer de désespoir votre public à chaque fois que vous leur montrez une diapo. Vous allez découvrir dans les prochains chapitres que même une courbe sur un graphique est capable de véhiculer de subtiles émotions.

Copyright © 2016 Gereso.

En résumé

- Il existe d'excellentes raisons d'utiliser PowerPoint dans le cadre d'une intervention orale.
- Votre PowerPoint doit compléter, mettre en valeur et ajouter une dimension à votre discours oral.
- PowerPoint ne doit pas être sacralisé et reste une technique d'animation comme les autres.
- Un diaporama est un support visuel. Le mot important est « visuel ».
- Un diaporama doit procurer des émotions parce que les émotions sont un paramètre important de la prise de décision.

Copyright © 2016 Gereso.

Partie II

Reprenez les choses en main

Vous avez compris pourquoi vos PowerPoint sont désespérants, vous savez à présent quelles sont les bonnes raisons de se lancer dans l'élaboration d'un diaporama. Reste à savoir comment vous allez vous y prendre…

Retroussez vos manches, soyez prêt à découvrir des choses nouvelles sans a priori, éteignez le téléphone et couchez les enfants : il y a du changement et vous avez besoin de toute votre énergie pour l'embrasser sans rechigner !

Dans la première partie, je vous avais parlé de Marie qui faisait le débriefing du séminaire d'entreprise face à sa direction. Par ses diapos chargées qu'elle lisait de manière un peu passive, elle avait fini par sérieusement les ennuyer. Pour ne pas la laisser dans cette fâcheuse posture, refaisons l'histoire ! Nous allons imaginer que Marie a envisagé les choses d'une manière totalement différente et que son intervention a eu de l'impact. Nous allons la suivre dans l'application de sa méthode.

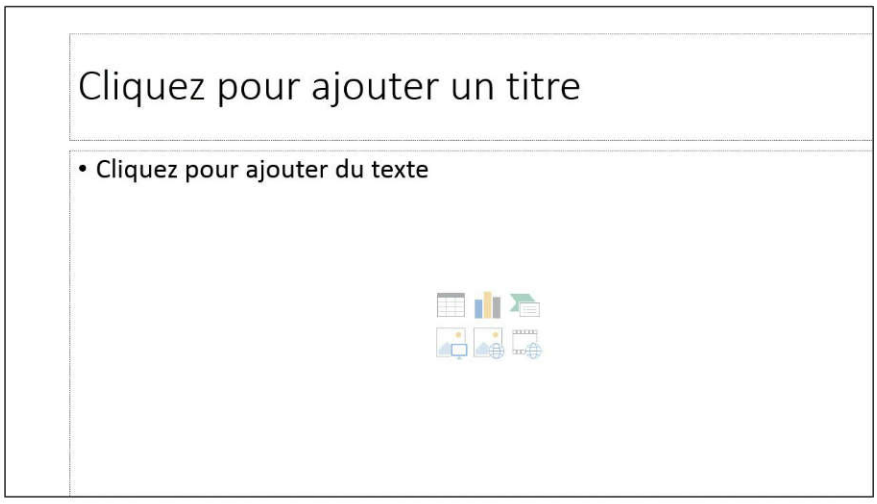
Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Chapitre 1

Adoptez une méthode

Vous devez animer une réunion, une formation, une conférence… et vous utilisez PowerPoint. Qu'est-ce que vous faites en premier ? Vous ouvrez PowerPoint. Et là PowerPoint est tellement sympa qu'il vous dit ce qu'il faut faire. « Cliquez ici pour ajouter un titre ». Alors vous cliquez et vous ajoutez. « Cliquez ici pour ajouter un sous-titre ». Alors vous cliquez et vous ajoutez. Ça y est, vous avez votre diapo de titre. Vous y ajoutez les éléments habituels, le nom, le lieu, etc. Et vous cliquez sur « nouvelle diapositive ».



Copyright © 2016 Gereso.

PowerPoint, toujours sympa, vous dit de nouveau « Cliquez pour ajouter un titre ». Alors vous cliquez et vous ajoutez. Puis il vous dit « Cliquez pour ajouter du texte ». Alors vous cliquez, vous ajoutez (une petite phrase, rédigée avec un verbe à l'infinitif, du genre : « Doubler le nombre de clients d'ici cinq ans »), vous appuyez sur enter, et paf ! vous avez créé une puce.

Une puce toute seule, ça ne sert à rien, alors vous en ajoutez une deuxième. Et puis une troisième. Mais vous savez que faire uniquement des listes à puces ce n'est pas bien, alors sur les autres diapos vous variez un peu les plaisirs : un tableau, un graphique, un schéma, un clipart, une image… Et puis quand vous mettez un élément sur une diapo, vous trouvez que ça fait un peu vide, alors vous ajoutez autre chose, et encore autre chose, jusqu'à ce que votre diapo soit bien pleine. Quand votre diapo est pleine, vous passez à une autre diapo. Et encore une autre diapo. Et encore une autre diapo !

À la fin vous avez plein de diapos bien pleines avec plein d'informations, et il est 2 h 24 du matin. Vous allez vous coucher à 2 h 32 sans même vous brosser les dents tellement vous êtes fatigué.

Cinq heures après, le réveil sonne. Votre réunion est à 9 h, vous êtes un peu à la bourre. Vous vous douchez, vous vous habillez, vous vous brossez les dents parce que bon, vous prenez un biscuit des enfants dans le placard et vous vous précipitez pour attraper votre train, votre métro, votre tram, votre bus, votre voiture ou votre vélo. Vous êtes sur place à 8 h 53 et la réunion ou la formation ou la conférence commence à 9 h. Vous branchez votre vidéoprojecteur en saluant les personnes qui arrivent. Ouf, ça fonctionne, vous êtes prêt.

Évitez PowerPoint… au début

Quand on doit faire une présentation pour animer une réunion, un séminaire ou une formation, on a immédiatement un vieux réflexe. Au lieu de se dire « je dois prendre la parole en public (éventuellement accompagné d'un PowerPoint) », on se dit « je dois faire un PowerPoint ». Parfois on nous a dit « tu feras un PowerPoint ! ».

Et donc, tout naturellement, on s'impose comme si de rien n'était d'ouvrir le logiciel. Souvent, rien qu'à imaginer l'ampleur de la tâche et en voyant la première diapo totalement vide, on décide de se changer les idées avant

Copyright © 2016 Gereso.

de s'y mettre pour de vrai : un café avec les collègues, un tour sur Facebook ou un long regard par la fenêtre pour voir si par hasard ça n'aurait pas changé. Ça n'a pas changé. Alors on s'y met. Et là on rentre dans la spirale infernale des listes à puces, copier-coller, graphiques compliqués et remplissage décomplexé.

Ce n'est d'ailleurs pas complètement la faute de l'utilisateur : Microsoft a conçu PowerPoint de cette manière-là en nous incitant à plus de puces, plus de texte, plus de titres… Pouvait-il en être autrement avec un logiciel conçu par des ingénieurs ? Reste qu'en faisant ça, on décide d'abandonner l'idée de structurer sa pensée.

C'est un peu comme si Steven Spielberg au moment de travailler sur son nouveau film, faisait l'impasse sur toutes les étapes nécessaires : scénario, dialogues, storyboard, casting, tournage, montage… et diffusion en salle enfin. C'est comme s'il disait « tiens, je vais tourner un film qui racontera l'histoire d'Indiana Jones et de son père. Et puis il y aura un truc sur les croisades », et qu'ensuite il prenait sa caméra, allait dehors et demandait aux premiers venus de bien vouloir dire les dialogues qu'il leur soufflera en improvisant. C'est comme s'il passait au tournage en négligeant les premières étapes.

Pour vous c'est la même chose : en vous jetant sur PowerPoint (en commençant par le tournage), vous embrassez l'idée de rédiger un document non structuré, non pas de préparer un support visuel pour donner une dimension supplémentaire à votre discours oral. Ça prend beaucoup de temps et le résultat n'est qu'à moitié satisfaisant.

Le résultat pour Spielberg, ce serait un mauvais film avec des comédiens très moyens, un scénario et des dialogues bancals et un montage qui tente tant bien que mal de recoller les morceaux. Pas de quoi faire vingt millions d'entrées…

Sauf que vous, vos spectateurs sont là et ils ne savent pas à l'avance si le « film » va être bon ou pas. S'ils sont déçus, s'ils s'ennuient, s'ils ne retiennent pas grand-chose de votre intervention, ils ne vous le diront pas ! Ils vous diront « C'était bien ! » ou « C'était pas mal » ou pire : « C'était pas si mal. » Mais les questions subsistent : qu'auront-ils compris, appris, retenu ?

Copyright © 2016 Gereso.

Les étapes par lesquelles passe un réalisateur (scénario, dialogues, storyboard, casting, tournage et montage) correspondent à autant d'étapes dans la préparation de votre prise de parole en public.

Faites votre scénario

Avec votre présentation orale, vous allez emmener votre public d'un point A à un point B. Vous allez les accompagner sur ce chemin. Il faut donc que vous définissiez votre message principal. C'est votre feuille de route, c'est ce à quoi vous allez toujours vous raccrocher si vous avez le sentiment d'être perdu. Ce message principal doit s'exprimer en une seule phrase. Cette phrase ne sera pas nécessairement prononcée telle quelle face à votre public mais elle doit toujours être présente dans votre esprit pour que vous puissiez éliminer tout ce qui ne participe pas de ce message principal.

Pour le trouver, il faut vous poser deux questions :

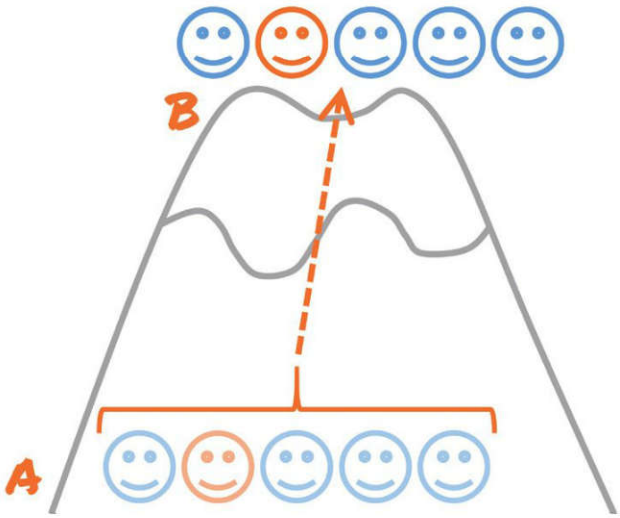
- Qu'est-ce que votre public sait ou pense de votre sujet avant votre intervention ? C'est votre point A.
- Qu'est-ce que vous voulez qu'il en sache ou pense après votre intervention ? C'est votre point B. Et c'est également votre message principal.

Pour Marie, le message principal pourrait être : « Pour passer à la vitesse supérieure nous avons besoin de plus de budget. » C'est son point B. Le point A, celui sur lequel est son public actuellement, c'est : « Nos séminaires d'entreprise se passent bien, continuons comme cela. »

Cette idée d'accompagnement de votre public est essentielle : si vous envisagez de ne livrer que de l'information, vous n'attirerez pas votre public vers votre point B. Voyez les choses comme si vous étiez un guide de haute montagne : votre public est au point A, en bas de la montagne, et vous vous êtes au point B, en haut. Si vous restez en haut et que vous criez au public ce qu'il doit faire pour vous rejoindre, peut-être que quelques-uns atteindront le sommet, mais beaucoup se perdront en chemin et certains n'essayeront même pas de grimper.

Si vous partez avec eux du bas de la montagne, que vous vous encordez tous et que vous prenez la tête de la cordée, vous aurez beaucoup plus de chances de leur faire atteindre le sommet, votre point B.

Copyright © 2016 Gereso.



Une intervention orale, c'est un chemin que vous ouvrez pour votre public. Votre PowerPoint rendra ce chemin plus droit, plus plat et plus praticable. L'experte en communication visuelle Nancy Duarte écrit : « Aidez-les à voir ce que vous dites. »[4]

Marie doit passer son intervention orale à faire passer son public de A : « Nos séminaires d'entreprise se passent bien, continuons comme cela » à B : « Pour passer à la vitesse supérieure nous avons besoin de plus de budget. »

Écrivez les dialogues

C'est le contenu de votre intervention. Il sera donc essentiel de la structurer de la manière la plus rigoureuse possible.

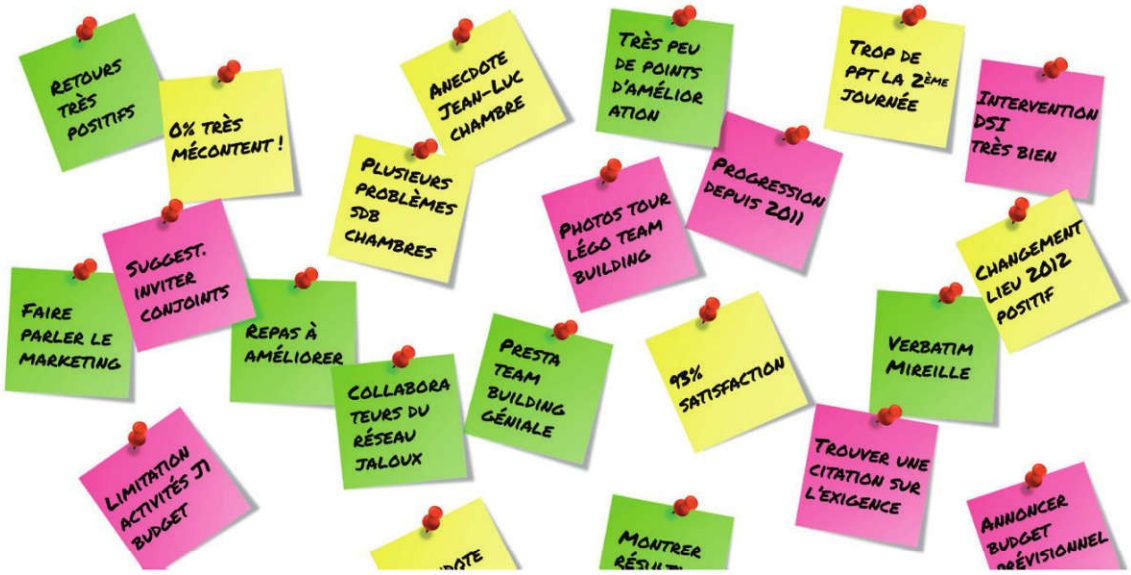
La technique que j'utilise, c'est celle du jeter-rassembler-supprimer. Ça ne sera pas nécessairement la vôtre, mais elle est redoutablement efficace. C'est également celle que j'ai utilisée pour rédiger cet ouvrage.

Il s'agit dans un premier temps de jeter toutes les idées qui vous viennent autour de votre sujet, sans vous censurer et sans l'idée d'un plan pré-conçu : messages clés, chiffres, anecdotes, interactions avec le public, etc.

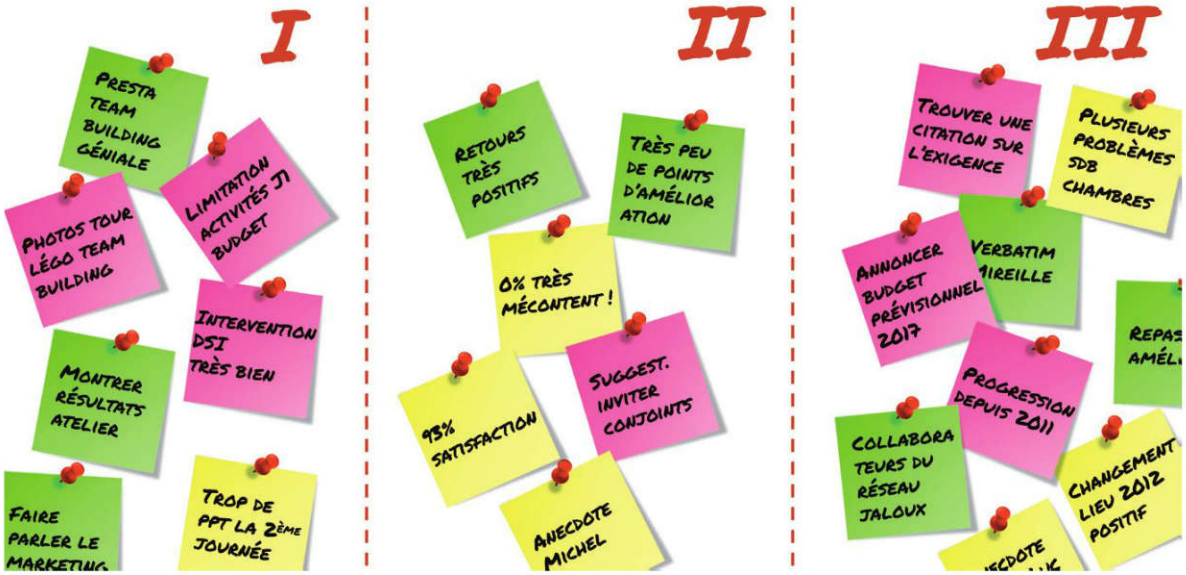
4. Slide:ologie, *Nancy Duarte, Pearson, 2010.*

Copyright © 2016 Gereso.

Pour passer à la vitesse supérieure nous avons besoin de plus de budget



Ensuite, vous rassemblez les idées qui s'enchaînent entre elles, celles qui ont du sens ensemble. Vous verrez que votre plan se dessine peu à peu. Cela vous permet de sortir du sempiternel trio contexte/problématique/solution.



Copyright © 2016 Gereso.

Dans la mise en forme de votre plan, vous allez vous efforcer de structurer en messages, sous-messages et sous-sous-messages, dans le style I, 1, a. Pourquoi est-ce que j'emploie le terme de « message » ? Parce qu'il est plus approprié que « titre ». Les titres, c'est pour les documents. Les messages c'est pour les présentations percutantes.

Marie par exemple organisera son intervention autour de trois grands points :

I – Un contenu passionnant avec un creux le 2e jour.

II – D'excellents retours mais des attentes supplémentaires.

III – Une qualité limitée par le budget.

En structurant ainsi son intervention, Marie prend son public par la main pour les convaincre d'adopter son point de vue et son message principal : « Pour passer à la vitesse supérieure nous avons besoin de plus de budget. »

Attardons-nous sur le III par exemple. Celui-ci pourra se structurer de la manière suivante :

III – Une qualité limitée par le budget

1) Une hôtellerie qui laisse à désirer
   a. Un personnel assez désagréable (anecdote Jean-Luc).
   b. Un problème général sur l'eau chaude.
   c. Une nourriture trop lourde (verbatim Mireille).
2) Des progrès et un tassement
   a. Progression de la satisfaction depuis 2011.
   b. Un changement salvateur de lieu en 2012.
   c. Un budget qui stagne.
3) Des risques pour les années à venir
   a. L'exigence est un moteur (*Les esprits valent selon ce qu'ils exigent. Je vaux ce que je veux* - Paul Valéry).
   b. Les collaborateurs du réseau se posent des questions (pourquoi ne sont-ils pas invités ?).
   c. Un budget 2017 inférieur à celui de 2016.

Chaque ligne de cette partie de plan est un message. Ce qui se trouve entre parenthèses est une idée d'illustration orale de ce message.

Copyright © 2016 Gereso.

Pour bien comprendre la différence entre un message et un titre, retrouvez tous les emails que vous avez reçus en janvier pour vous souhaiter la bonne année. Certains avaient pour objet quelque chose dans le style « Vœux » ou « Nouvelle année ». D'autres avaient pour objet « Bonne année ! » ou « Meilleurs vœux :-) ». Les premiers sont des titres : ils ne livrent aucune intention, aucun contenu. Les seconds sont des messages : ils sont réellement adressés et véhiculent de l'émotion.

Pour vous habituer à raisonner en termes de messages, voici quelques exemples :

Titre	Message
Les bases d'une alimentation saine	Cinq fruits et légumes par jour
Recrutements de cette année	Augmentation exceptionnelle de 6 % des effectifs
Présentation de Stéphane Planchet	Stéphane Planchet, un homme d'expérience ayant le goût de l'innovation
Processeur V41 vs processeur V42	V42 : toujours une longueur d'avance
Résultats des simulations	Tests concluants : on continue
Support	Nous vous accompagnons

Créez un storyboard

Chacun de vos messages, sous-messages, sous-sous-messages peut être accompagné ou non d'un visuel. C'est un point fondamental : là où vous vous efforciez auparavant de remplir une diapo et d'en dégager ensuite du discours oral, vous inversez le processus. Vous avez un message et vous l'accompagnez de quelque chose de visuel de manière à ce qu'il soit renforcé, mis en valeur et que ça lui ajoute une nouvelle dimension.

Cette inversion implique un réel changement et une mise au rebut de vos habitudes acquises depuis la première fois que vous avez touché PowerPoint. Vous passez de « je fais un PowerPoint » à « je prépare une intervention orale en l'accompagnant d'un support visuel ».

Pour savoir comment choisir votre visuel et comment le mettre en action, ça se passe dans le chapitre « Le guide pour concevoir une diapo » !

Copyright © 2016 Gereso.

Retenez pour l'instant que ce n'est toujours pas le moment d'ouvrir PowerPoint. Ce storyboard vous permettra d'avoir une vue d'ensemble avant de vous lancer pour de bon. De la même manière qu'un peintre va réaliser une esquisse et y revenir des centaines de fois avant d'appliquer les couleurs, vous avez absolument besoin de ce moment en dehors du logiciel pour y passer moins de temps plus tard. Si vous vous sentez l'âme d'un dessinateur, dessinez un cadre à côté de chacune de vos idées et placez-y les éléments avec un bon vieux crayon. Sinon, vous pouvez toujours écrire un bref descriptif de votre diapositive à côté de votre message.

Intéressons-nous au troisième point de Marie. Son storyboard pourrait ressembler à ceci :

Message	Visuel
III – Une qualité limitée par le budget	Un homme avec une chaîne et un boulet au pied. Message écrit en toutes lettres avec le mot « budget » sur le boulet
1) Une hôtellerie qui laisse à désirer	La photo de l'hôtel avec écrite la moyenne de la note des participants sur l'hôtellerie « 5,5/10 »
a. Un personnel assez désagréable	(pas de visuel)
b. Un problème général sur l'eau chaude	(pas de visuel)
c. Une nourriture trop lourde	(pas de visuel)
2) Des progrès et un tassement	(pas de visuel)
a. Progression de la satisfaction depuis 2011	Graphique : la courbe de la note de satisfaction (avec uniquement la valeur 2016) et le message « Progression de la satisfaction »
b. Un changement salvateur de lieu en 2012	Photo du lieu du séminaire en 2011 avec une grosse croix rouge pour le barrer
c. Un budget qui stagne	Courbe du budget de 2011 à 2016 et le message « Un budget qui stagne »
3) Des risques pour les années à venir	Ligne du temps avec les années de 2011 à 2016 et un feu vert. Années 2017 à 2020 : un point d'interrogation à la place du feu
a. L'exigence est un moteur	Affichage de la citation de Paul Valéry

Copyright © 2016 Gereso.

b. Les collaborateurs du réseau se posent des questions	(pas de visuel)
c. Un budget 2017 inférieur à celui de 2016	Reprise courbe budget. Ajout année 2017 en rouge, dernier segment en rouge

Casting : embauchez des comédiens

Dans un film, les comédiens donnent vie au scénario. Par leur présence, leur jeu, la manière dont ils sont dirigés, ils colorent l'œuvre et ont une grande responsabilité dans le succès de celle-ci.

Votre casting à vous, ce sont les couleurs, les polices, le style des visuels que vous choisissez. Souvent, ce casting vous est imposé par votre entreprise : vous devez utiliser le modèle qui vous est imposé. Parfois il est très bien, souvent il est plutôt moyen. Parfois le graphiste a travaillé en pensant à la manière dont PowerPoint sera utilisé, parfois il a travaillé en « s'éclatant un maximum ».

C'est un peu comme les milliers de sites Web qui fleurissaient il y a quelques années et qui étaient réalisés avec la technologie Flash : c'était très joli, ça bougeait dans tous les sens et on en prenait plein les yeux… mais on ne savait pas bien ou il fallait cliquer pour obtenir l'information dont on avait besoin. Les graphistes oublient parfois l'utilisateur et ont quelquefois ce défaut de soigner l'esthétique au détriment de l'efficacité.

Dans tous les cas, devoir respecter une charte graphique, ce n'est pas une contrainte, c'est une liberté : vous avez moins de questions à vous poser et vous gagnez donc du temps pour donner plus d'impact à votre message.

Un masque minimaliste

Un bon masque de diapositives saura être discret et révéler implicitement l'identité de la structure pour laquelle il a été conçu. Il saura mettre en valeur le contenu et ne créera pas de distraction pour les spectateurs. Il ne sera pas chargé d'éléments décoratifs inutiles. En tout cas n'utilisez jamais, jamais, jamais ceux proposés par défaut par le logiciel. Ils ont été conçus par des gens qui n'ont jamais assisté à une présentation avec PowerPoint de leur vie. Ou bien par des sadiques malvoyants.

Copyright © 2016 Gereso.

Idéalement, un masque de diapositives, ça devrait être juste un fond monochrome ou très légèrement texturé (restez sur du blanc ou du noir), avec des couleurs et des polices de caractère imposées. Et c'est tout : pas de logo, pas de mention du titre de la réunion, pas de numéro de diapositive, pas de nom… Aucun élément qui distrait le regard.

« Oui, mais c'est important que ces éléments soient présents puisque j'envoie/je distribue ensuite ma présentation aux participants. » Vous avez déjà oublié ? Le visuel que vous projetez et le document que vous diffusez sont deux choses différentes.

Votre logo ou votre nom ? Ils savent bien qui vous êtes, gardez ça pour la toute première diapo, celle qui est affichée avant que vous ne commenciez. L'endroit ou le titre de la réunion/formation/séminaire ? Idem, ils savent où ils sont et ce qu'ils sont venus faire ! Les petites fioritures ? Inutiles, elles créent du « bruit » visuel.

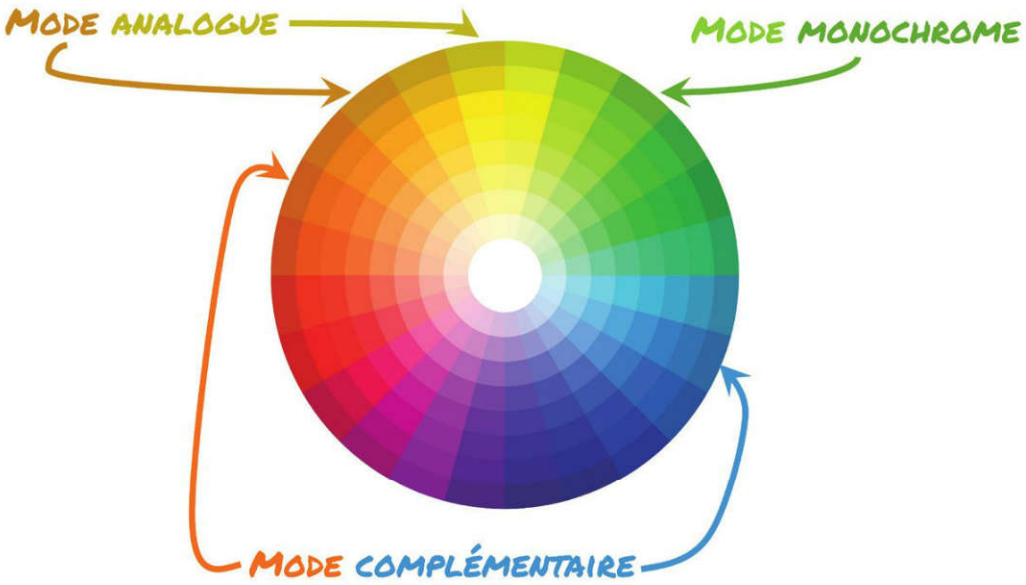
En ce qui concerne Marie, son masque est chargé : il y a des formes vertes qui occupent une bonne partie de l'espace, le logo de l'entreprise, la date, le nom de Marie, le titre de la réunion et le numéro de la diapo.

Des couleurs qui vont ensemble…

Choisissez vos couleurs en jetant un œil sur le cercle chromatique. Ce cercle contient les trois couleurs primaires (magenta, cyan et jaune) et l'ensemble des couleurs intermédiaires. Si vous voulez ne jamais vous

Copyright © 2016 Gereso.

tromper, vous pouvez piocher dans l'un de ces trois modes décrits par l'expert en communication Garr Reynolds : le mode monochrome, le mode analogue et le mode complémentaire.



Dans le mode monochrome, vous choisirez deux couleurs présentes dans la même « tranche ». Vous ne pouvez pas faire d'erreurs, ces deux couleurs iront forcément bien ensemble ! Cela donne une allure sobre et professionnelle.

Copyright © 2016 Gereso.

Dans le mode analogue, vous choisirez deux couleurs de tranches proches l'une de l'autre. C'est assez peu utilisé, et cela donne un ensemble harmonieux.

Dans le mode complémentaire, vous choisirez deux couleurs opposées sur le cercle chromatique. Le contraste est ainsi à son maximum.

Vous pourrez également choisir parmi ces deux couleurs un gris foncé si vous êtes sur fond clair (c'est moins « dur » que le noir) ou bien le blanc si vous êtes sur fond foncé.

Copyright © 2016 Gereso.

Ce seront les deux couleurs de votre présentation : l'une représentera le texte « ordinaire », l'autre représentera le texte mis en valeur. Les deux seront utilisées de cette manière pour les graphiques, pour les schémas, les formes… Le contraste entre ces deux couleurs renforcera l'aspect visuel de votre présentation. À vous de voir ce qui correspond le plus à « l'énergie » que vous souhaitez transmettre dans votre prise de parole. Si vous avez un logo réutilisez les couleurs de celui-ci pour la cohérence et le professionnalisme.

… ET QUI ONT DU SENS

Selon le site Design School[5], voici résumées les significations des principales couleurs dans notre société occidentale :

Le rouge peut représenter la chaleur ou le danger. C'est une couleur pleine d'énergie qui peut parfois être associée à la violence. Dans votre PowerPoint il représentera la force, la confiance et la puissance.

Le jaune représente la joie, la bonne humeur, la convivialité, la fraîcheur… S'il est à la limite du vert, il peut représenter la maladie et la quarantaine… à éviter ! Dans votre PowerPoint, il pourra être difficile à utiliser avec du blanc, mais il attire dans tous les cas l'attention.

Le bleu, c'est la couleur du ciel et de la mer. Il représente le calme. Dans votre PowerPoint, il renverra une impression de confiance, de sécurité et de stabilité. Il peut avoir tendance à marquer un esprit relativement conservateur et très (trop ?) professionnel.

L'orange combine la chaleur du rouge et la bonne humeur du jaune. Il communique l'énergie et l'optimisme. Dans votre PowerPoint il sera une marque de jeunesse et de créativité.

Le vert, c'est la couleur de la nature. Il communique la santé, la fraîcheur, le côté « tout naturel ». Pour votre PowerPoint il sera associé à l'écologie. Un vert plus foncé représente la stabilité et le confort financier.

Le violet est associé à la noblesse et la richesse. Dans votre PowerPoint, il symbolisera le luxe.

Copyright © 2016 Gereso.

5. *https://designschool.canva.com/color-theory/*

Le noir peut représenter le luxe, la sophistication, mais également la mort et le mystère. Pour votre PowerPoint, le noir servira à mettre mieux en valeur les autres couleurs et en fonction du contexte sera associé aux représentations citées ci-dessus.

Le blanc représente la pureté, l'innocence, la perfection. Dans votre PowerPoint, il représentera la simplicité, la modernité et le minimalisme.

Des polices lisibles

L'abus de copier-coller, d'une présentation à l'autre ou d'un document à une présentation, a cette conséquence néfaste : des polices de tailles différentes qui n'ont rien à voir entre elles et qui coexistent.

De manière générale, il sera plus sûr de rester dans les rails du bon goût et du professionnalisme. Visez les polices sans empattements, également appelées Sans Serif (comme Arial mais pas comme Times New Roman). Les polices avec empattements sont faites pour les textes longs. Choisissez-en deux suffisamment différentes et utilisez-les à bon escient : comme pour les couleurs l'une représentera le texte « ordinaire », l'autre représentera le texte mis en valeur.

Vos polices doivent être suffisamment différentes pour qu'on n'ait pas le sentiment que vous vous êtes juste trompé au moment d'écrire tel ou tel mot. Sinon cela renverra l'effet d'une veste de costume noire avec un pantalon bleu marine. Moche.

Surtout tenez-vous éloigné du Comic Sans MS : déjà vu dans des millions de présentations et autant d'invitations à des goûters d'anniversaire ou des pots de départ, il représente le summum du kitch. Amateurisme assuré pour PowerPoint.

Copyright © 2016 Gereso.

Et enfin ne cliquez jamais, jamais, jamais sur le bouton WordArt. Vous risquez de trouver jolies des choses qu'on ne voit plus que sur les menus des brasseries sympathiques mais un peu cheap. Vous ne voulez pas passer pour quelqu'un de sympathique mais un peu cheap.

« Silence, on tourne ! »

Ça y est, tout est prêt, votre « tournage » peut se dérouler dans les meilleures conditions. Le tournage, c'est tout simplement le moment où vous créez votre PowerPoint. Si vous êtes bien passé par les étapes précédentes, ça ne devrait pas vous prendre autant de temps que vous l'imaginez. Il faudra peut-être faire plusieurs prises pour une même scène, c'est-à-dire peaufiner votre diapo, la refaire, l'imaginer à nouveau, l'améliorer… En revanche, tenez-vous en à votre casting : n'introduisez pas de nouvelles couleurs ou de nouvelles polices à moins d'avoir une excellente raison de le faire (comme par exemple le rouge pour symboliser une alerte).

Votre toute première diapo est la seule qui peut donner des éléments « à lire », puisqu'elle sera affichée avant que vous ne commenciez à parler. Mettez-y les informations que vous souhaitez porter à la connaissance de votre public avant votre intervention : votre nom, le titre de votre intervention, votre logo…

Évitez à tout prix la dernière diapo sur laquelle est écrit « Merci de votre attention ! ». Elle ne sert à rien, parce que c'est quelque chose qu'il vous faut absolument dire avec sincérité et sans parasitage.

Copyright © 2016 Gereso.

Reportez-vous au chapitre « Le guide pour concevoir une diapo » pour mettre tout ça en action.

Montez votre film

Il se peut que le réalisateur d'un film ait fait surgir une scène absolument fabuleuse : un texte merveilleux servi par des comédiens d'une grande justesse, sincères, engagés… Il se peut malheureusement que cette scène ne trouve pas sa place dans le film, dans sa continuité. Il faut alors en faire le sacrifice au moment du montage.

Le réalisateur Terrence Malick est coutumier du fait. Pour son film *La ligne rouge* (1998), qui raconte un épisode de la deuxième guerre mondiale, il avait notamment engagé les comédiens Bill Pullman, Gary Oldman, Mickey Rourke, Lukas Haas et Viggo Mortensen. Un beau casting. Étonnamment, l'ensemble des scènes de ces cinq comédiens, qui ont bien été tournées, n'apparaissent pas dans le film sorti en salle. Dans une interview de 2005[6], Mickey Rourke raconte que sa performance dans le film était « une des meilleures [qu'il] ait jamais faite ». Il ajoute : « J'étais dans une mauvaise période, Terry le savait et il l'avait incorporé au personnage. Ça fonctionnait vraiment. »

Le choix de couper les scènes de Mickey Rourke au montage n'a certainement pas été facile pour Terence Malick, surtout en considérant le temps pris à choisir le comédien, le rencontrer, lui expliquer sa vision du personnage, tourner les scènes… sans parler de l'aspect financier ! Le choix est courageux et le film y a certainement gagné.

Et vous, dans vos PowerPoint, quelles sont les coupes que vous pouvez faire au montage ? Que pouvez-vous supprimer une fois que vous avez terminé votre premier jet (votre tournage) ? Diapositive après diapositive, regardez quels sont les éléments qui ne sont pas au service de votre message. Rappelez-vous cette phrase de Voltaire : « Le secret d'ennuyer est celui de tout dire. » S'il avait connu PowerPoint, il aurait ajouté « … et de tout mettre sur sa diapo ».

Copyright © 2016 Gereso.

6. *http://www.contactmusic.com/mickey-rourke/news/rourke-still-devastated-by-thin-red-line-snub*

Votre film est en salle

Votre film en salle, c'est le moment où vous prenez la parole en public.

Les producteurs américains imposent la plupart du temps des séances tests afin de connaître les réactions au film avant qu'il ne sorte en salle. Ils décident alors de certains réajustements. Vous devez vous aussi faire vos séances tests : il est essentiel qu'avant votre prise de parole vous répétiez plusieurs fois. C'est l'occasion de faire des ajustements : rajouter un commentaire dans la zone prévue à cet effet (que vous seul pourrez lire), inverser deux diapos, ajouter une animation (simple) pour mieux synchroniser vos visuels sur votre discours… Ce n'est qu'une fois que vous aurez suffisamment répété que vous vous sentirez totalement à l'aise avec les mille choses à gérer quand on prend la parole avec un diaporama.

D'autre part, le fait de répéter dans des conditions les plus proches possible des conditions réelles diminue votre trac : c'est scientifiquement prouvé. Ne vous en privez pas !

C'est donc le moment de prendre la parole en public. Si vous vous êtes bien préparé en décidant votre message principal, en structurant vos idées, en décidant de vos visuels et en répétant, ce sera un vrai moment de plaisir. Vous éprouverez le trac, vous aurez peur du jugement, vous ressentirez de la pression, mais si vous êtes prêt, ça se passera bien. Lorsque le film est en salle, le réalisateur ne peut plus rien, il a fait son boulot. Vous, vous ne pouvez qu'une seule chose : donner à votre public avec sincérité, passion et engagement. Et lire le chapitre « Présentez avec PowerPoint » afin d'éviter toutes les erreurs que l'on voit quasiment à chaque fois que quelqu'un prend la parole avec un support visuel.

Copyright © 2016 Gereso.

En résumé

- Faire un PowerPoint, c'est un peu comme faire un film : il n'est pas question de commencer avec le logiciel comme il n'est pas question de commencer directement en tournant des scènes.
- Faites votre scénario pour dégager votre message principal.
- Écrivez les dialogues pour structurer votre intervention.
- Créez un storyboard pour décider de vos visuels.
- Faites le casting pour choisir vos polices et vos couleurs.
- Tournez votre film : concevez votre PowerPoint.
- Faites un montage pour accepter de sacrifier ce qui ne sert pas votre message.
- Votre film est en salle : prenez la parole !

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Chapitre 2

Le guide pour concevoir une diapo

Vous avez peut-être la tête farcie de règles en ce qui concerne PowerPoint, du style « tant de lignes par diapo, tant de mots par ligne, tant de minutes par diapo ». J'ai interrogé les gens autour de moi sur celles qu'ils connaissaient, j'ai obtenu des versions très différentes sur le nombre de lignes qu'il faudrait par diapo et le nombre de mots qu'il faudrait par ligne. La preuve que tout ça ne repose sur absolument rien : aucune recherche scientifique, aucun retour d'expérience, rien. C'est une sorte d'intuition, d'incantation, de doigt mouillé en l'air. Ça permet juste de ne pas se poser de questions et d'être satisfait quand on a respecté toutes ces règles.

Oubliez-les ! Ces règles encouragent une nouvelle fois l'utilisation de listes à puces et le blindage d'informations sur une diapo. Elles donnent l'illusion de maîtriser mais elles mènent toutes vers des présentations inévitablement ennuyeuses où l'on pense à tout sauf à ce que raconte l'orateur. C'est du prêt à « pondre de la slide » au kilomètre sans se poser de vraies questions. Mais pour arriver à produire une diapo percutante qui va apporter un plus visuel à votre discours oral, il faut s'en poser des questions.

Parfois même, on va vous demander de limiter votre intervention à un nombre donné de diapos. Le but est louable : il s'agit de limiter celles et

Copyright © 2016 Gereso.

ceux qui remplissent leurs diapos de trop d'informations et qui voulant tout mettre créent trop de diapos. Mais pour celles et ceux qui comme vous savent qu'on peut passer cinq secondes comme dix minutes sur une même diapo, cette exigence est malheureusement contraignante, inutile et stupide.

Ne cédez pas à la tentation du remplissage

Vous avez vu des photos de Michael Jackson enfant ? Vous avez vu à quoi il ressemblait avant sa mort ? Vous constatez la différence ?

Michael Jackson a usé, abusé de la chirurgie esthétique : opérations multiples au visage, notamment du nez, tatouages permanents autour des yeux, des lèvres et les sourcils, blanchiment de la peau… Difficile de comprendre ce qui se passait dans la tête de Michael Jackson, mais on a le sentiment que les personnes qui abusent de la chirurgie esthétique ne savent tout simplement pas s'arrêter. Ils en deviennent monstrueux.

Oui, « remplir de la slide » c'est la même chose qu'abuser de la chirurgie esthétique. On met un élément. On se dit que c'est bien mais que ça pourrait être mieux. Alors on ajoute une info, et puis un tableau, et quelques chiffres. Une précision par-ci, un graphique par-là, la source du graphique, un fond de diapo, une animation, un clipart… Sans compter le logo de votre entreprise, la date, votre nom et le fond. Ça devient alors impossible à regarder sans avoir un mouvement de recul tellement il y a d'éléments.

Monstrueux.

Pourquoi fait-on cela ? Pour deux raisons : la peur du vide et le besoin qu'on reconnaisse sa compétence.

En tant que créateur, on n'aime pas quand il y a des espaces vides sur une diapo. On pense que le vide doit être comblé parce qu'on se dit qu'un espace vide est un espace qui ne sert à rien, un espace perdu. Le vide fait peur parce qu'on estime qu'il ne devrait pas exister. On passe sa vie à se remplir les oreilles de musique et de podcasts grâce à nos téléphones ultra-connectés, à se remplir les yeux d'images grâce à nos tablettes et nos téléviseurs, à se remplir l'ego sur les réseaux sociaux. On remplit son temps, son espace, son corps et son âme en permanence, pourquoi en

Copyright © 2016 Gereso.

serait-il autrement quand on crée une diapo sur PowerPoint ? On ne veut pas de vide et pourtant le vide c'est « zen », comme le relève Garr Reynolds[7], un expert américain de la présentation orale.

On pense également qu'en laissant des espaces vides on renverra l'image de quelqu'un qui n'a pas assez travaillé. On a le sentiment qu'en mettre peu sur une diapo ce n'est pas sérieux, ça fait enfantin. On imagine la tête de son public au moment de découvrir la diapo : « Quoi ? Des espaces vides ? Mais tu te moques de nous, remplis-moi tout ça ! » On pense à son boss : « Qu'est-ce qu'il va croire si je ne mets pas tous les chiffres ? » Et ce faisant, on oublie de s'intéresser à la plus importante des choses : ce que le public va en retenir, ce qu'il va apprendre, comment il décidera d'agir.

Voilà deux raisons qui font que vous décidez de remplir les espaces vides à tout prix. Mais quand vous faites cela, vous décidez de ne pas mettre votre public au centre de votre intervention, mais plutôt de vous y mettre vous et votre fichu diaporama plein de tas de choses qui ne servent à rien. Quand vous faites cela, vous vous concentrez sur votre savoir plus que sur la transmission à votre auditoire. Vous coupez ainsi le lien fragile qui vous unit à lui.

Le vide est pourtant essentiel. Il permet de créer du contraste et donc de mettre en valeur les informations vraiment importantes qui ont leur place sur votre diapo : les éléments visuels qui renforceront votre discours oral. Assumez donc ce vide ! Toutes les informations ne doivent surtout pas être sur votre diapo parce que ce que vous montrez ne doit pas faire doublon avec ce que vous dites et avec ce que vous donnerez après votre intervention.

Si vous vous donnez une chance d'être impactant, de conserver le contact avec votre public et de suffisamment bien structurer votre message pour qu'il soit retenu, votre compétence sera mise en valeur. Si vous remplissez des diapos d'informations inutiles, vous serez celui qui gave les oies. Et elles n'aiment pas ça.

Choisissez le visuel le plus adapté

Si vous avez bien suivi la méthode, vous savez que le choix des visuels se fait en mode « storyboard » (et pas encore dans PowerPoint) et sur un

7. Présentation zen, Garr Reynolds, Pearson, 2008.

Copyright © 2016 Gereso.

message précis (et non pas un titre). Vous décidez *le* visuel qui donnera une nouvelle dimension aux mots que vous prononcerez. Un et un seul. Parce que s'il y en a plus, c'est que vous avez plus d'un seul message dans votre diapo. Bien entendu ce visuel peut être composé de plusieurs objets, mais il faut que l'ensemble ait une unité, puisse se résumer en un ou deux mots. Il faut que les objets qui composent ce visuel soient connectés. Lorsque j'étais au collège, un professeur d'arts plastiques avait l'habitude de taxer nos « œuvres » de « catalogue d'objets ». Ce qu'il voulait dire par là, c'était que notre dessin ne représentait pas une idée, mais plutôt un grand nombre d'idées autour d'une thématique. Combattez cela.

Je distingue sept types de visuels : les images, les images métaphoriques, les symboles, les graphiques, les graphiques imagés, les schémas et les textes graphiques (vous allez comprendre…).

L'IMAGE SIMPLE

Il s'agit simplement d'une photo ou d'un dessin. C'est certainement le visuel le plus chargé en émotions. Cette première catégorie évoque les images qui représentent simplement et concrètement ce dont vous parlez.

Une image en plein écran aura toujours plus d'impact qu'un carré perdu sur un masque de diapositives. Cette image pourra être accompagnée de quelques mots-clés pour renforcer votre message. Mais ce n'est absolument pas obligatoire !

Marie pour son intervention pourrait simplement montrer une photo du nouveau lieu de séminaire pendant qu'elle l'évoque.

Copyright © 2016 Gereso.

L'image métaphorique

Il s'agit d'une image qui décale vos propos pour représenter ce que vous dites de manière métaphorique.

Lorsque Marie évoque son message « Une qualité limitée par le budget », elle pourra montrer ce visuel.

De manière générale, les images métaphoriques sont parfaitement appropriées pour les messages de motivation, d'incitation à l'action, de prise de conscience.

Copyright © 2016 Gereso.

Le symbole

C'est une image qui ne dirait rien à un extra-terrestre fraîchement débarqué, mais qui a un sens fort pour vos participants, puisqu'il fait référence à une base de connaissances communes. La portée émotionnelle d'un symbole est immense et partagée.

Si Marie évoque dans son intervention le fait qu'il est important de se souvenir des séminaires passés pour préparer les futurs, elle pourra par exemple montrer le symbole représentant la disquette, lequel pour tout le monde représente le fait de sauvegarder, d'avoir en mémoire. Même si plus personne n'utilise de disquette.

Le graphique

Le graphique est une manière visuelle de représenter des données. C'est très souvent quand vous décidez de projeter un graphique que vous raisonnez à l'envers : vous avez vos données, vous décidez le type de graphique, vous produisez le graphique et vous le collez sur votre diapo. Vous y ajoutez un titre, la source, etc.

À l'oral, vous donnez votre message.

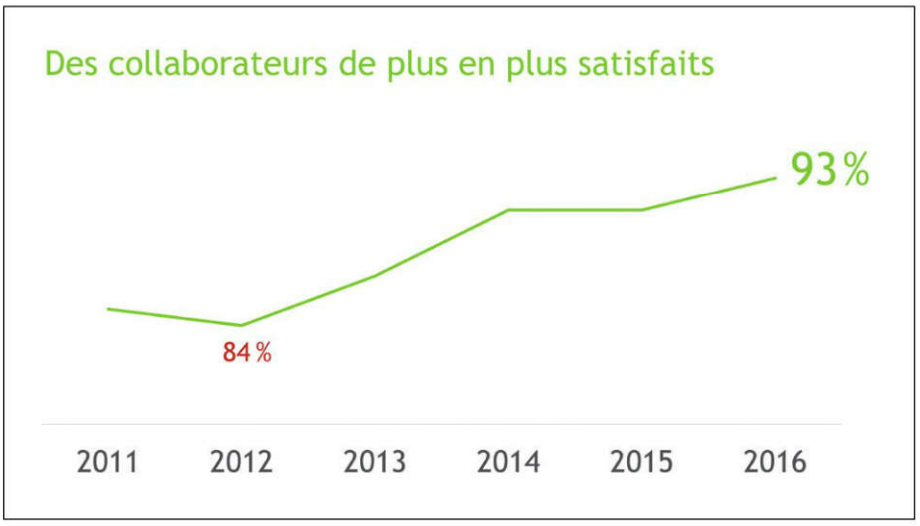
Pourquoi ce raisonnement est-il à l'envers ? Parce que vous oubliez votre message en créant le graphique.

Copyright © 2016 Gereso.

Il faut absolument que vous partiez de votre message. Choisissez le type de graphique qui sera le plus approprié. Mettez en valeur votre message sur ce graphique. Retirez tout ce qui ne contribue pas au message : le titre, la source, etc. doivent disparaître et auront leur place dans le document que vous distribuerez ou enverrez à l'issue de votre présentation.

À l'oral, vous renforcerez votre message déjà présent visuellement.

Lorsque Marie évoque la progression de la satisfaction des collaborateurs depuis 2011, elle produira un graphique qui mettra réellement en valeur ce message-là.



Le graphique imagé

C'est à mi-chemin entre l'image ou le symbole et le graphique. C'est une manière très visuelle de représenter les données en y associant la notion de quantité et l'image symbolique. C'est un concept qui se comprend mis en perspective grâce à des données.

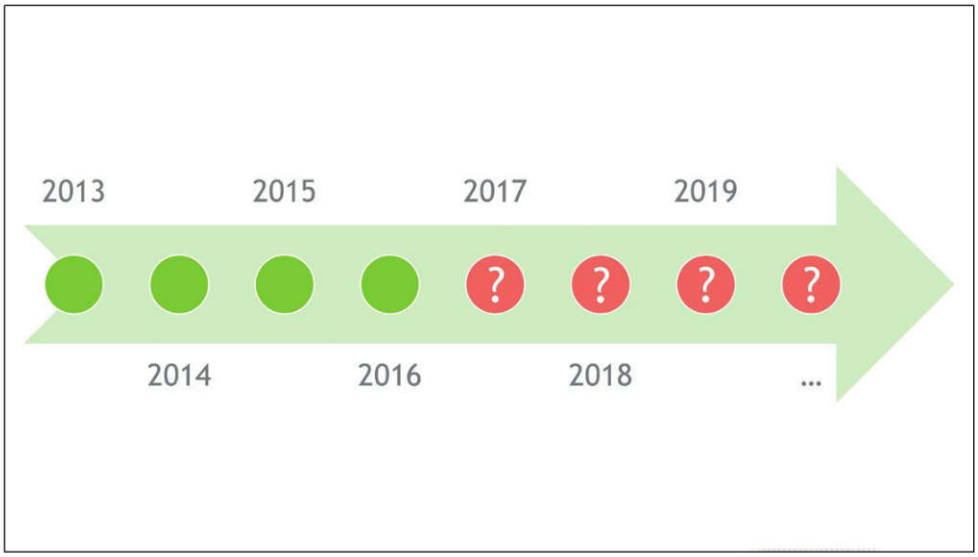
Si Marie décide de mettre en valeur le fait que 93 % des collaborateurs sont satisfaits du séminaire, elle pourra utiliser ce visuel-ci.

Copyright © 2016 Gereso.

Le schéma

C'est un dessin avec des formes, des flèches et tout autre symbole qui permet de représenter visuellement un processus, des interactions, une échelle du temps ou tout ce que votre esprit saura inventer. C'est très visuel à condition de s'interdire de détailler par écrit chaque élément. À l'oral oui, sur le PowerPoint non.

Marie, pour démontrer les risques de baisse de la satisfaction vis-à-vis du séminaire dans les prochaines années, utilisera une ligne du temps (une *timeline*).



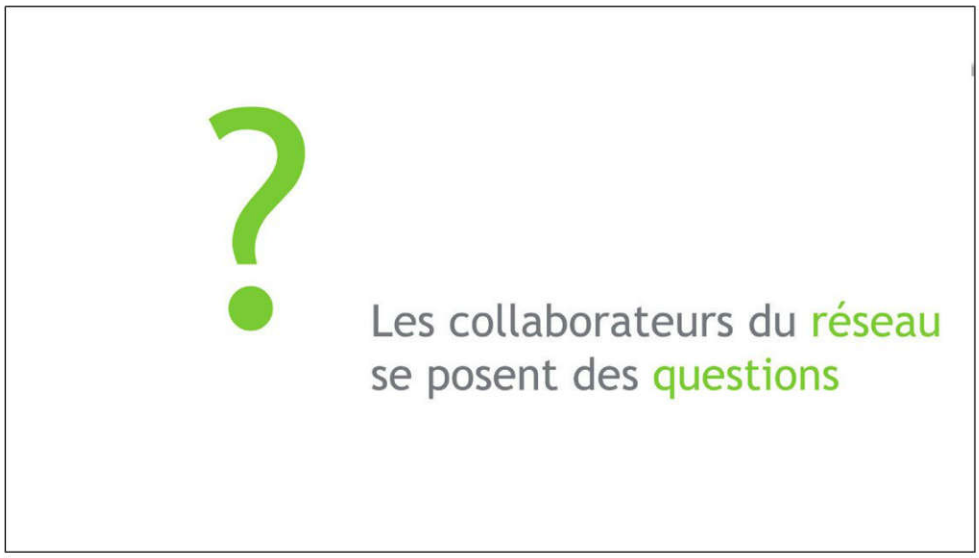
Copyright © 2016 Gereso.

Le texte graphique

Je passe un livre entier à vous expliquer que du texte ce n'est pas du visuel, et c'est ce que je vous propose pourtant maintenant.

Il faut en fait que vous *transformiez* votre texte en visuel afin qu'il ait un vrai impact au-delà de la simple signification des mots. Cela va passer par la mise en valeur de tout ou partie de votre texte grâce au contraste de couleurs, de polices ou de taille, ou encore en fonction du placement du texte sur la diapositive.

Marie pourra écrire en toutes lettres sur sa diapo « Les collaborateurs du réseau se posent des questions ». Mais elle prendra bien soin de mettre en valeur les mots importants.



Trouvez la bonne image

Il existe des dizaines de sites proposant des images libres de droit. Ils sont listés à la fin de cet ouvrage. De manière générale, vous ne pouvez pas utiliser les images que vous trouvez au petit bonheur la chance dans Google.

Le site proposant les visuels les plus percutants et professionnels est iStock (istockphoto.com). En revanche, il est payant et les images sont relativement chères. Notez que le moteur de recherche du site est particulièrement efficace.

Copyright © 2016 Gereso.

Ceci étant dit, imaginons que votre message soit : « Le travail en équipe est essentiel. » Et qu'en plus vous travailliez pour une grande entreprise multinationale.

Quelle est la première idée de visuel qui vous vient à l'esprit ? Il est assez probable que ce soit la fameuse poignée de main devant un globe : on a tout, le travail d'équipe, l'international, un visuel sympa… Alors vous tapez « poignée de mains globe » sur Google, vous prenez la première image que vous trouvez, et hop c'est collé sur votre diapo… ce que je ne vais pas vous montrer ici, parce que du coup, l'image que vous utiliseriez ne serait probablement pas une image libre de droits !

Mais le vrai problème c'est que ça a déjà été vu 17 000 fois ! C'est d'ailleurs exactement ce que vont se dire vos spectateurs. Ou s'ils ne se le disent pas, ils vont le ressentir. Dans tous les cas, ça n'aura absolument pas l'impact émotionnel escompté puisque le visuel est éculé. Personnellement, je pleure toujours à la fin du *Cercle des poètes disparus*, mais c'est parce que je l'ai vu trois fois. À la 17 000e, je serai indifférent.

Il faut donc souvent creuser, chercher du côté de la deuxième, la troisième, la quatrième idée… Et une bonne solution, c'est de se faire aider par Google ou iStock (même si vous n'envisagez pas d'acheter leurs images). Tapez « travail équipe », et cliquez sur « images », vous aurez tout un tas de propositions intéressantes. Tapez « teamwork » et vous en aurez encore plus ! Et pourquoi pas essayer « teamwork business » ou tout ce qui vous viendra à l'esprit vous permettant d'affiner votre recherche.

Il y a plusieurs images qui ont attiré mon œil. Notamment celle de personnages jouant avec des énormes pièces de puzzle. Du coup je tape *people puzzle*. Celle qui me semble le plus percutante et le plus en phase avec ce que je cherche à montrer est celle où des gens sont debout sur des pièces de puzzle. Alors je tape *people standing puzzle*.

Et je peux continuer ainsi comme cela jusqu'à ce que je trouve l'idée d'image idéale pour illustrer mon message. Une fois que j'ai trouvé cette idée, je peux me rendre sur les sites de photographies gratuites ou payantes pour trouver l'image que je mettrai.

Encore une fois, mettre une image sur une diapo, ce n'est pas pour faire du remplissage ou parce qu'on vous a dit que c'était bien, l'objectif est de créer une émotion chez le spectateur de manière à ce que votre message soit bien ancré. Il est donc important de choisir l'image la plus adaptée et efficace.

Copyright © 2016 Gereso.

Savez-vous que Microsoft a annoncé fin 2014 la disparition des cliparts ? Je sais que beaucoup d'entre vous sortent leur mouchoir à l'annonce de cette nouvelle, mais il va falloir s'y faire : plus de petits bonshommes découpés sur fond noir avec une ampoule au-dessus de la tête ou le verre à la main, plus de personnages façon cartoon aux couleurs criardes réalisant mille et une actions, plus de smileys rigolards et ringards.

Pour moi, la disparition des cliparts est une excellente nouvelle. Cela sonne le glas d'un drôle de mélange des genres et du kitch incontournable. Mélange des genres parce qu'il apparaîtra toujours plus professionnel de conserver l'homogénéité dans le choix de ses visuels : un smiley, à côté d'un bonhomme, à côté d'une photo professionnelle, cela est du plus mauvais effet. Auprès de votre public, vous aurez l'image de celle ou celui qui cherche *toujours* la facilité et ne va *jamais* en profondeur. Et puis les cliparts que vous proposez ont été vus si souvent qu'ils en constituent presque des gags… à vos dépens. Comme la poignée de mains devant un globe.

Ne chargez pas les graphiques

En général, une règle est établie pour le bien de la collectivité et mène à une sanction si elle n'est pas respectée. S'en tenir à une règle est donc rassurant : on a le sentiment d'être respectueux, on a bonne conscience et on ne craint pas le jugement.

Vous le savez : il existe des règles strictes à respecter quand on produit un graphique. Il faut un titre (en général quelque chose dans le style « bla-bla

Copyright © 2016 Gereso.

en fonction de patatipatata »), des titres sur les axes, la mention des unités sur chacun de ceux-ci, une légende, la source, les valeurs sur chaque point, etc. Ça tombe bien : par défaut les graphiques que l'on produit avec Excel suivent scrupuleusement cette feuille de route. Et lorsque l'on crée un graphique dans PowerPoint, on le fait via Excel.

Il est absolument pertinent de respecter ces règles… pour un document écrit. En revanche il est contre-productif de les respecter pour un support visuel destiné à accompagner un discours oral. Il ne faut pas le faire ! Je sais que certains d'entre vous sont en ce moment même en train de hurler à l'imposture et l'hérésie tout en proposant ma candidature au bûcher de la pratique scientifique, mais je maintiens. Rappelez-vous que vous devez produire deux choses différentes : un support visuel destiné à être montré à votre public pendant votre prise de parole, et un document qui leur sera distribué ou envoyé à l'issue de votre présentation. Le graphique complet respectant tous les canons du genre aura absolument sa place dans le document. En revanche, sur votre diaporama il aura le même effet qu'une liste à puces ou un bloc de texte : tout le monde se concentrera sur le décryptage de la diapo et personne ne vous écoutera.

Réalisez que comprendre un graphique qui respecte les règles scientifiques ne se fait pas en un clin d'œil. En revanche, une diapo doit se comprendre dans ce laps de temps très court. Vous allez donc devoir décaler vos exigences : votre graphique ne sera pas un bon visuel si vous y mettez toutes les informations, il sera un bon visuel si votre message ressort.

Voici donc ce qu'il faut faire avec votre graphique :

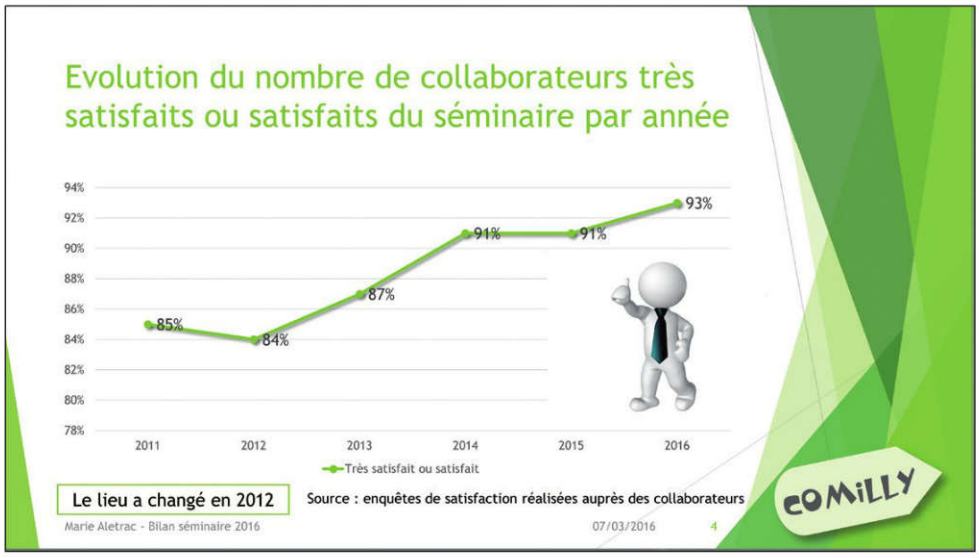
- Excluez le titre. Si vous voulez absolument écrire quelque chose, écrivez votre message (rappelez-vous : un message n'est pas un titre).
- Excluez le titre des axes. C'est à vous de le dire.
- Excluez la mention des unités sur les axes. Vous pouvez afficher l'unité directement avec les valeurs que vous indiquez, cela évite à l'œil de faire des allers-retours.
- Mettez la légende directement sur le graphique et non pas à côté ou en dessous. Pour éviter les allers-retours.
- N'écrivez pas la source. Vous pouvez la mentionner à l'oral (et sur le document écrit que vous distribuerez ou enverrez).
- Tenez-vous en à des graphiques en 2D et sans ombre. La 3D et les ombres c'est de la déco, c'est pour les frimeurs et vous n'en êtes pas un.

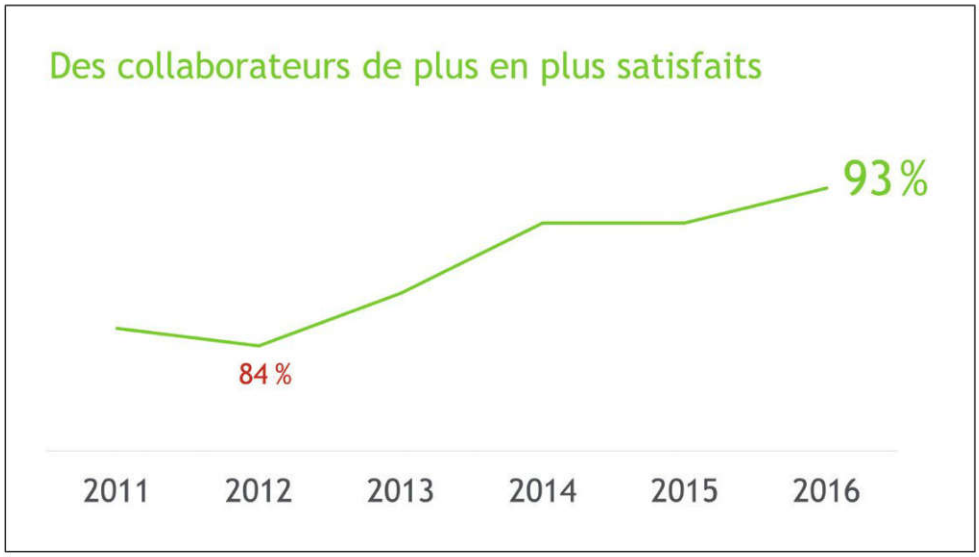
Copyright © 2016 Gereso.

- Ne laissez aucun texte, aucun chiffre écrit en petit.
- Faites en sorte que votre message apparaisse visuellement.

Imaginez que Marie veut nous dire la chose suivante : « *Les collaborateurs sont, au fil des années, de plus en plus satisfaits de nos séminaires. Nos enquêtes auxquelles les gens ont répondu via un formulaire sur l'Intranet le prouvent. En effet, en 2012 où nous étions tombés à seulement 84 % de collaborateurs très satisfaits ou satisfaits, nous sommes arrivés cette année à 93 % de collaborateurs très satisfaits ou satisfaits.* »

Regardez ces deux versions d'une même diapositive correspondant à cet extrait.

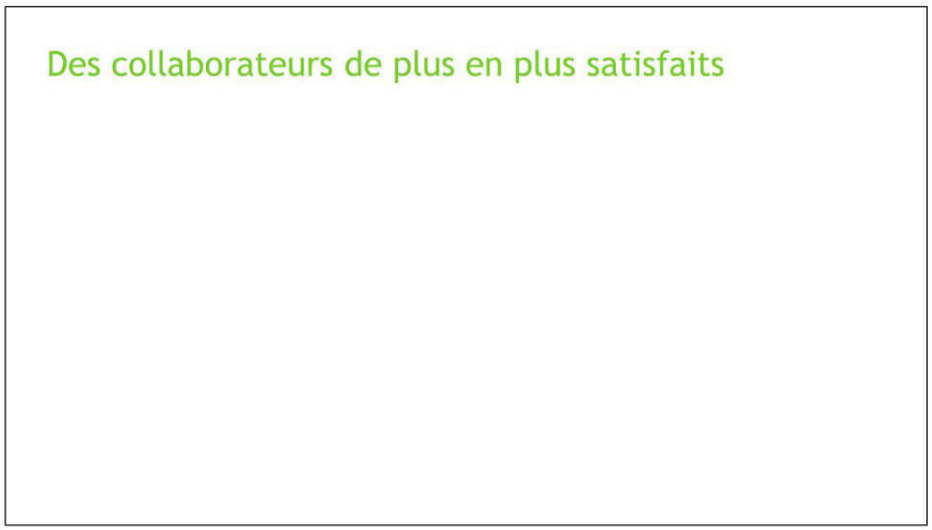




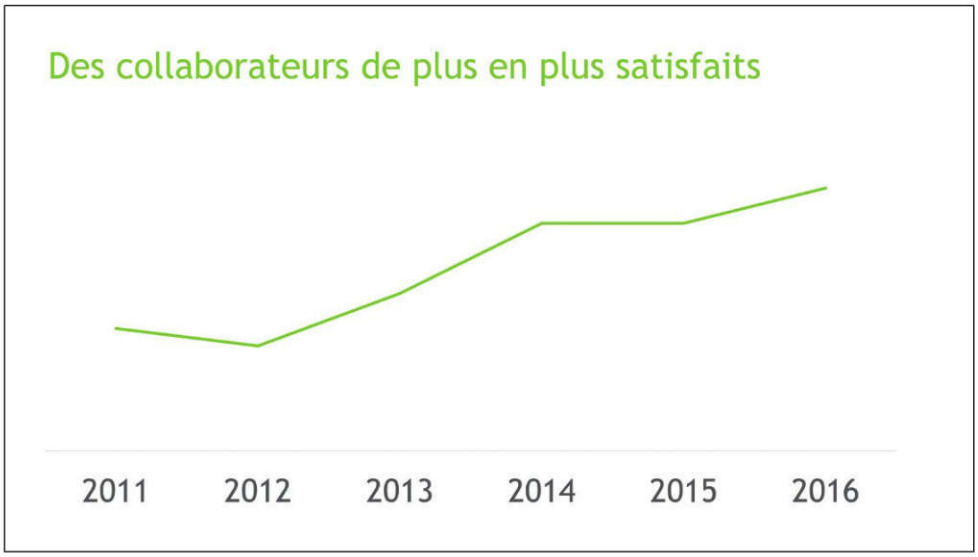
Copyright © 2016 Geresо.

Dans la deuxième version, vous retrouvez la diapositive de Marie « nettoyée » des éléments parasites avec le message mis en avant. Votre premier réflexe est certainement de dire : « Mais là, on ne sait pas ce dont il s'agit, quelle question a été posée, d'où viennent les chiffres… ». Vous avez tort, parce que vous considérez encore une fois qu'il s'agit d'un document écrit. Voici comment Marie fera apparaître les éléments les uns après les autres pour les synchroniser sur son discours.

« Les collaborateurs sont, au fil des années, de plus en plus satisfaits de nos séminaires. »

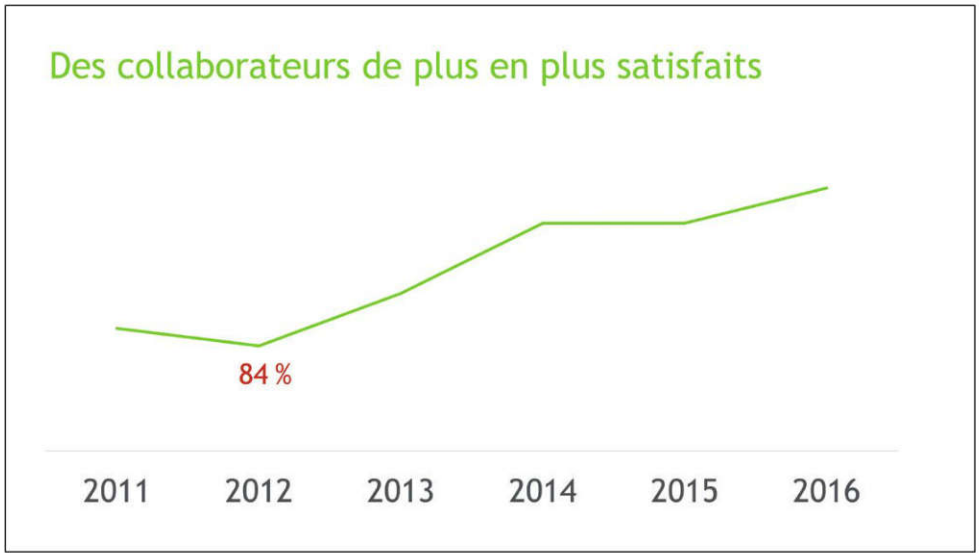


« Nos enquêtes auxquelles les gens ont répondu via un formulaire sur l'Intranet le prouvent. »

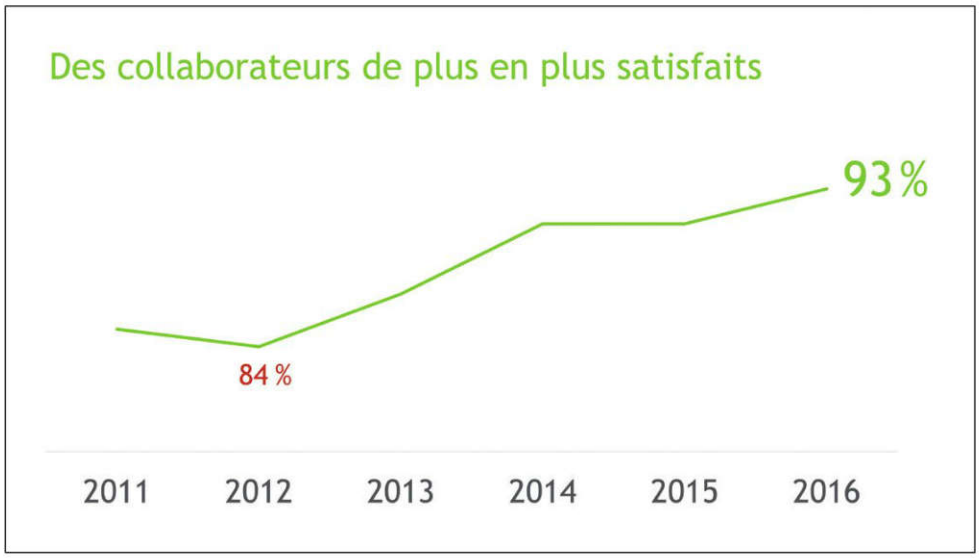


Copyright © 2016 Gereso.

« En effet, en 2012 où nous étions tombés à seulement 84 % de collaborateurs très satisfaits ou satisfaits… »



« … nous sommes arrivés cette année à 93 % de collaborateurs très satisfaits ou satisfaits. »



Les infos dont l'auditoire a besoin sont données à l'oral, le graphique est bien un support visuel de ce message oral, et Marie pourra mettre le graphique complet dans le document qu'elle distribuera ou qu'elle enverra par email.

Copyright © 2016 Gereso.

Ici, les couleurs de base de la présentation de Marie sont le vert et le gris foncé. Elle déroge à ces deux couleurs pour donner le pourcentage de 2012, puisqu'il s'agit d'une alerte et que la couleur rouge sera reconnue comme telle par son auditoire.

Synchronisez votre diapo sur votre discours

Vous faites peut-être partie de ceux qui ont galéré avec les animations dans PowerPoint. Vous avez essayé d'en créer, ça n'apparaissait jamais dans le bon ordre, ce qui devait être devant passait derrière, etc. Vous y avez passé un peu de temps. Vous avez même demandé à Éric, un collègue réputé « doué en informatique » de vous donner un coup de main. Éric a dit des trucs dans le genre « attends, alors… attends… » en manipulant la souris et en fouillant dans les menus avec l'air de celui qui est complètement paumé mais qui ne veut pas le montrer. Après il a ajouté : « Non mais c'est ta version de PowerPoint, ils ont tout changé. » Et enfin il a répondu « oui » quand une collègue lui a proposé un café avec un sourire.

Alors vous avez décidé de laisser tomber, en vous disant que de toute façon ça ne sert à rien. Et pourtant les animations sont très utiles pour peu qu'on les utilise de manière réfléchie.

On s'en aperçoit en s'intéressant à une autre découverte de Richard Mayer : le principe de contiguïté temporelle. Selon ce principe, on apprend mieux lorsque les mots et les images correspondants sont présentés simultanément plutôt que successivement. Il l'a prouvé en réalisant huit tests qui ont tous corroboré son hypothèse : voulant décrire le processus de formation des éclairs il a séparé ses sujets en deux groupes. Le premier groupe recevait une information orale en même temps qu'une animation sur un écran. Le deuxième groupe recevait d'abord l'information orale puis l'animation visuelle ou bien l'inverse. Au final, le premier groupe a mieux retenu l'information que le second.

Ainsi, et suivant ce principe, la fonction la plus utile et la plus incontournable des animations, c'est la possibilité de synchroniser l'arrivée des éléments de votre diapo sur votre discours. Cette fonction est particulièrement indispensable lorsque vous présentez un schéma, un process, un diagramme… bref, tout ce qui dans PowerPoint est regroupé sous le nom de SmartArt.

Copyright © 2016 Gereso.

L'histoire est toujours la même mais je vous la refais : si vous présentez tout d'un coup, vos spectateurs vont lire et ne plus vous écouter. Si vous amenez les éléments au fur et à mesure que vous les évoquez, vous accompagnez votre public sur le chemin qui les conduira à la compréhension globale de votre schéma. Si vous leur livrez brut, vous leur balancez une information en essayant ensuite tant bien que mal de commenter ce que vous leur avez imposé. Si vous amenez les éléments un à un vous devenez un guide qui transmet un message en s'appuyant sur des éléments visuels. Voyez dans le paragraphe précédent « Ne chargez pas les graphiques » comment Marie a pu se servir des animations pour appuyer son message « Des collaborateurs de plus en plus satisfaits ».

Dans tous les cas, si malgré tout ce que j'ai évoqué dans ce livre vous avez malgré tout décidé de proposer une liste à puces, soyez sympa, amenez les éléments de la liste un à un au fur et à mesure que vous les évoquez en mode « prompteur de luxe ». C'est le minimum que vous puissiez faire.

Ne frimez pas !

Imaginez que vous êtes au téléphone avec une amie ou de la famille. Vous avez des choses importantes à vous raconter, des informations essentielles. Toutes les dix minutes votre conversation est interrompue par un spot de publicité de vingt secondes. Irritant n'est-ce pas ? Des forfaits téléphoniques comme celui que je viens de décrire existent. En échange de ce petit désagrément publicitaire, le client bénéficie d'un prix moins élevé.

Dans PowerPoint, la plupart des animations et transitions agissent de la même manière sur votre public : cela les distrait de votre message, cela leur fait perdre du temps et c'est le plus souvent irritant. Et en plus votre public n'a absolument aucun avantage financier à subir vos animations !

Proposer une animation juste pour la frime, c'est comme mettre une cravate à la piscine : vous subirez des sourires de compassion et tout le monde oubliera si vous nagez bien ou pas.

Stéphanie, une formatrice, me racontait récemment qu'à ses débuts elle avait réalisé une présentation pleine de couleurs, avec des animations « de folie », des transitions… Au bout de seulement dix minutes, une main s'est levée dans l'assistance : « Excusez-moi, est-ce que vous pourriez arrêter le diaporama ? Je commence à avoir des haut-le-cœur », suivi de hoche-

Copyright © 2016 Gereso.

ments de tête d'approbation dans l'assemblée. Grand moment de solitude pour Stéphanie !

Ne gardez que les animations qui ont un sens :

- Il y a tout d'abord celles que vous pouvez mettre en boucle avant que votre intervention ne commence, de manière à préparer votre arrivée et à faire entrer votre public dans votre exposé en douceur.
- Il y a ensuite celles évoquées au-dessus qui vous permettent d'afficher certains éléments les uns après les autres, afin de synchroniser votre diapositive et votre discours. Restez sur l'apparition simple.
- Il y a enfin celles qui sont justifiées dans le cours de votre démonstration. À vous de les choisir avec parcimonie. Elles sont essentiellement liées à des notions de mouvement dans votre discours : une fusion, un changement d'objectif, un recrutement massif… Du coup, il n'y aura quasiment jamais d'intérêt à utiliser les animations du style « Rebondir », « Chanceler », etc.

Copyright © 2016 Gereso.

En résumé

- Oubliez toutes les règles idiotes que vous avez entendues à propos de PowerPoint.
- N'ayez pas peur des espaces vides et ne cédez pas à la tentation du remplissage.
- Choisissez le visuel qui mettra le mieux en valeur votre message : l'image simple, l'image métaphorique, le symbole, le graphique, le graphique imagé, le schéma ou le texte graphique.
- Creusez un peu pour trouver la bonne image qui correspondra exactement à ce que vous voulez illustrer.
- Ne chargez pas les graphiques et oubliez toutes les règles académiques pour mieux mettre votre message en valeur.
- Synchronisez l'arrivée des éléments sur votre discours.
- Ne conservez que les animations qui ont un sens.

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Partie III

C'est vous le patron (et pas PowerPoint)

C'est qui le patron ?

C'est vous !

C'est qui qui est à votre service ?

C'est votre PowerPoint.

Vous avez sûrement tendance à être l'esclave de votre PowerPoint et à le laisser vous mener par le bout du nez. Ne le laissez pas être la vedette : pliez-le à vos exigences.

C'est qui le patron ? C'est vous.

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Chapitre 1

Soyez professionnel

Pour beaucoup, être « professionnel » signifie faire ce qu'on attend de nous et entrer complètement dans le cadre. En gros, faire comme les autres et ne pas se faire remarquer. Être « ennuyeux ». Pour PowerPoint, ça veut dire mettre des informations sur des diapos, faire de son diaporama un document et donner un maximum de détails pour montrer qu'on a bien travaillé.

Mais du coup, vous ressortez souvent de votre prise de parole « à peu près satisfait ». On quitte la salle avec des mercis, quelques bravos, mais rarement des « vous m'avez fait complètement changer de point de vue sur les choses », ce qui reviendrait à « vous m'avez amené avec vous d'un point A à un point B ».

En fait, c'était à peu près carré, vous avez dit tout ce que vous vouliez, vous avez pu répondre à toutes les questions… mais est-ce que ce n'était pas un peu ennuyeux ? Est-ce que vous vous êtes dit que votre public était en train de décrocher tout en accusant l'envie de sieste après le déjeuner, le manque de dynamisme de l'orateur précédent ou pire, le manque d'intérêt du public pour un sujet qui devrait pourtant les intéresser ?

Finalement, est-ce que ce n'est pas vous qui êtes un tout petit peu ennuyeux ? Personne ne vous l'a dit parce que personne ne vous le dit ja-

Copyright © 2016 Gereso.

mais, mais peut-être que certains ont eu envie trouver la clé dans votre dos pour la tourner ou de se tirer un épisode de Derrick dans la tête pour voir si c'est plus entraînant. En fait, il ne faudrait pas grand-chose mais vos prises de parole, pour l'instant, ça ronronne, ça démarre pas, ça vrombit pas.

Vous êtes coincé en première parce que vous n'avez jamais appuyé sur l'embrayage. Vous savez où il est, mais il vous semble trop loin pour votre pied. Et puis vous vous dites que tout le monde doit se sentir bien à l'arrière de votre minibus qui roule à 60. Regardez pourtant dans votre rétroviseur : tout le monde dort.

Pour moi, c'est tout le contraire : être professionnel c'est tenter d'aller au-delà de ce qu'on attend de nous, et donc surprendre. Être professionnel, c'est avoir une vision d'ensemble pour aller plus loin. Dans le monde de l'entreprise traditionnelle, où faire différemment représente un facteur de danger certain et où on a rarement le temps de se poser de vraies questions sur des pratiques ancrées, rares sont ceux qui se permettent de se donner l'opportunité d'être « originaux ».

Au moment où j'écris ces lignes, je suis face à un groupe de stagiaires en train de concevoir des diapositives en adoptant l'idée du « faire visuel ». Je viens d'entendre : « Houla, ça prend du temps. » Effectivement, comme tout changement, ça prend du temps… au début. Et ensuite on adopte cette nouvelle manière de faire et à force de la pratiquer on réalise qu'on le fait de plus en plus vite. Et surtout on renvoie l'image de quelqu'un de plus professionnel justement, parce qu'on aura vu tout l'intérêt de soigner la communication, l'accompagnement, l'interaction en mettant de côté les habitudes acquises.

Être professionnel, c'est d'abord se souvenir de la raison pour laquelle on fait un PowerPoint : pour accompagner un discours oral visant à faire passer son public d'un point A à un point B. C'est donc faire en sorte que tout ce qui apparaît sur le PowerPoint vise à servir son message en éliminant tout ce qui peut distraire son public de celui-ci. Et la pire distraction qui pourrait leur arriver serait de leur faire dire : « Ohlala, quel boulot bâclé. Ça fait vraiment pas pro. » Ça vous décrédibilise. Pour « faire professionnel » et donc « être professionnel », il suffit de connaître quelques règles.

Copyright © 2016 Gereso.

Soyez sobre et moderne

Jadis, à l'époque où on parlait encore en vieux français et où on se battait en duel quand on n'était pas d'accord sur le menu, on utilisait des machines à écrire. Bon, j'exagère un peu, mais ça vous donne l'esprit : les machines à écrire c'était au dernier millénaire. Pour mettre du texte en valeur, on n'avait pas trente-six solutions, on en avait une : le soulignement. Il suffisait de revenir en arrière, tic-tic-tic, et d'appuyer plusieurs fois sur l'underscore (le « tiret 8 »), tac-tac-tac. Alors ça donnait des choses comme ça :

I - Réflexions sur l'avenir

Un jour, on aura des ordinateurs avec des écrans en couleurs. Comme ça, on ne sera plus jamais obligés de souligner des choses pour faire comprendre qu'elles sont importantes.
Ce jour-là, on ne s'ennuiera plus jamais en réunion.

Si tout se passe bien.

Parce qu'on n'est pas à l'abri que des gens parlent à des murs avec des choses écrites dessus face à un public qui tapotera sur des téléphones transportables.

#powerpoint (ça veut dire quelque chose ça ?)

Aujourd'hui, vous avez des manières nettement plus efficaces de mettre en valeur certains mots, en jouant notamment sur le contraste : contraste de couleurs bien entendu, mais aussi contraste de polices de caractère ou contraste de tailles de caractère. Bannissez donc le soulignement et usez de ces moyens « modernes » mis à votre disposition. Vos diapos gagneront en professionnalisme.

I - Réflexions sur l'avenir

Un jour, on aura des ordinateurs avec des écrans **en couleurs**. Comme ça, on ne sera plus jamais obligés de **souligner des choses** pour faire comprendre qu'elles sont **importantes**.
Ce jour-là, **on ne s'ennuiera plus jamais en réunion**.

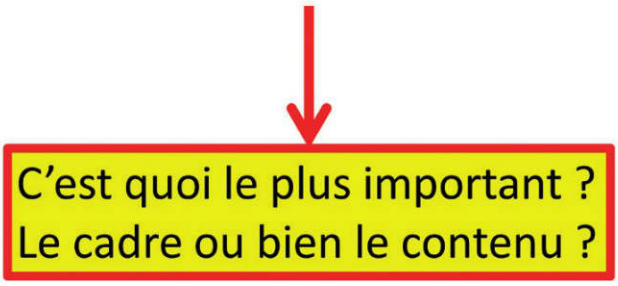
Si tout se passe bien.

Parce qu'on n'est pas à l'abri que **des gens parlent à des murs** avec des choses écrites dessus face à un public qui tapotera sur des téléphones transportables.

#powerpoint (ça veut dire quelque chose ça !)

Copyright © 2016 Gereso.

Une tendance bien ancrée également consiste à encadrer les éléments importants (un petit bloc de texte par exemple). Là on sort de la machine à écrire pour entrer dans le monde merveilleux des documents Word des années 1990. En général, plus l'élément semble important aux yeux du créateur de PowerPoint, plus la bordure est épaisse et plus la couleur est vive. Le souci avec cette manière d'aborder les choses, c'est que la bordure est beaucoup plus visible que le contenu et qu'on a le sentiment que c'est bien elle que vous souhaitez mettre en valeur !



Supprimez la bordure ou bien gardez-la très fine et à peine visible. Mettez un fond de couleur sobre à votre cadre et votre diapo aura une allure bien plus professionnelle.

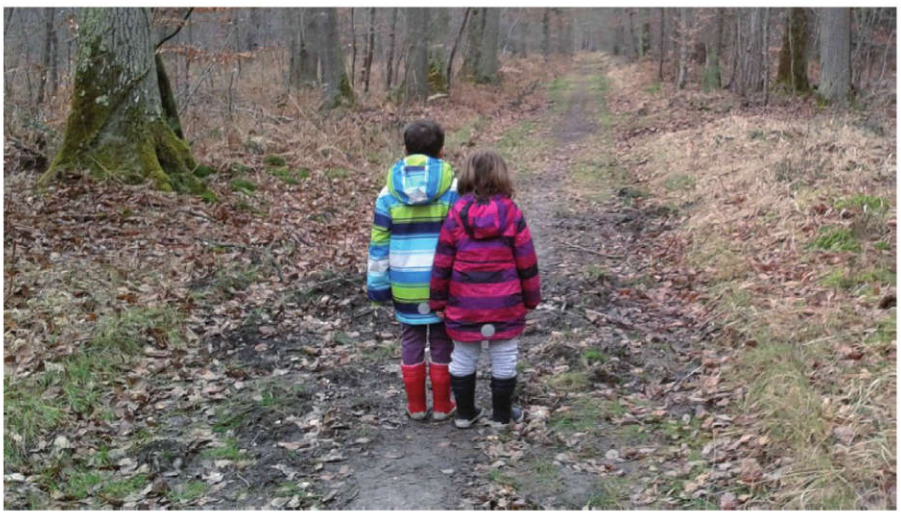
Enfin, si vous avez la maîtrise de votre masque de diapositives, n'y collez surtout pas une image de fond en filigrane ! Cela parasite méchamment vos visuels et votre public ne sait plus bien où donner des yeux. Ne cédez toujours pas à cette petite panique qui vous assaille quand vous voyez des espaces vides et que vous voulez à tout prix les remplir.

Copyright © 2016 Gereso.

Cassez la bête symétrie de vos diapos

La symétrie on aime bien ça : c'est rassurant, ça évite de se casser la tête à placer les éléments différemment… Oui, la symétrie, c'est beaucoup plus facile pour qui compose une diapo : on met un peu de texte en haut au centre et une photo au milieu au centre.

Si vous êtes aussi photographe que je le suis, vous prenez sans doute des photos avec votre téléphone quand la famille se réunit en laissant au placard votre appareil à 250 €. Et assez logiquement, sans vous poser de questions, vous placez l'élément important au milieu de votre photo : que ce soit un château, une girafe ou un bateau. Et quand vous photographiez un coucher de soleil sur la mer, vous placez systématiquement la ligne d'horizon au milieu. Si vos enfants se baladent en forêt, vous les cadrez ainsi :



Copyright © 2016 Gereso.

Les photographes professionnels, eux, ne font pas comme cela. Ils utilisent la règle des tiers. L'idée c'est de découper le cadre en neuf cases identiques. Ensuite il s'agira pour le photographe de placer les éléments importants sur une ligne de séparation des cases ou au croisement de deux lignes. C'est une règle qui s'impose également en cinéma, en peinture, en publicité… bref dans tous les arts visuels. Cherchons à nouveau du côté des enfants en forêt et envisageons un cadrage différent.

Là, pour le coup, je me suis foulé puisque j'ai pris cette photo en respectant la règle des tiers (mais avec un téléphone de moyenne qualité) : la ligne d'horizon apparaît au premier tiers en partant du haut et les corps de mes enfants se touchent le long de la ligne du premier tiers en partant de la gauche.

Pourquoi cette règle est-elle utilisée ? Parce qu'elle permet de rendre l'image moins neutre, parce que cette image finit par raconter une histoire en raison de ce cadrage inattendu. C'est ainsi qu'elle participe de l'émotion transmise à la personne qui la regarde. Ici, la possibilité de traverser les bois plutôt que de rester sagement sur le chemin.

Devez-vous appliquer cette règle à la lettre pour vos diapositives ? Bien sûr que non. Mais pensez-y lorsque vous les composerez : cherchez à casser la symétrie que vous serez tenté de créer. Vous donnerez ainsi une véritable allure professionnelle à votre travail, tout en renforçant l'impact de votre visuel.

De manière générale, composez votre diapositive en vous demandant comment elle va être décryptée. Réfléchissez au sens habituel de

Copyright © 2016 Gereso.

lecture : de haut en bas et de gauche à droite. C'est ainsi que votre diapositive sera regardée.

Voici donc la nouvelle version de la diapositive présentée plus haut.

Une image, ça se traite avec délicatesse

Si vous avez choisi d'afficher une photo qui n'est pas sur fond transparent, soyez bien conscient d'une chose : vous ne mettez pas une photo sur une diapo, mais la photo EST la diapo. Cela veut dire qu'il faut absolument éviter la photo posée à peu près n'importe où et qui fait l'effet d'un bateau échoué au hasard des vagues. Ça fait amateur.

Copyright © 2016 Gereso.

Il sera beaucoup plus professionnel d'oser mettre votre image en plein écran. Vous ne souhaitez montrer qu'une image, assumez-le ! Et même si vous souhaitez ajouter quelques mots, plutôt que de vous dire : « Je vais mettre une image et une phrase à côté », dites-vous : « Je vais mettre une image et quelques mots dessus. »

Il est vrai que si un masque de diapositives vous est imposé, comme c'est souvent le cas, vous devrez alors le faire disparaître au profit de votre photo. Honnêtement, est-ce que quelqu'un vous en voudra d'avoir commis une légère entorse à la charte graphique ? Est-ce que votre chef, votre client, votre partenaire, votre stagiaire va se lever et vous dire : « C'est inouï, le masque de diapositive n'était pas visible sur les diapos 17, 31 et 56 ! » ? Non, aucune chance. Alors mettez vos scrupules au placard, et mettez votre photo en plein écran : elle mérite d'être vue ! Et c'est là bien entendu qu'il vous faudra une photo de suffisamment bonne qualité pour ne pas qu'elle soit très laide une fois projetée sur un écran ou un téléviseur de 1 m 50 de diagonale : visez une taille supérieure à 1024 x 768 pixels.

Le deuxième cas de « maltraitance » sur des photos, c'est lorsqu'elles sont écrasées dans un sens ou dans l'autre.

Copyright © 2016 Gereso.

Il n'est pas question de réduire une image uniquement dans le sens de la hauteur ou uniquement dans le sens de la largeur dans le but de la faire tenir dans l'espace qu'on lui a alloué ! C'est laid, c'est bâclé et ça déforme le travail du photographe. Tenez-vous en aux quatre poignées des coins pour agrandir ou réduire une image en en conservant les proportions.

Enfin, pensez à utiliser les images sans fond : c'est élégant et ça laisse plus de liberté dans l'organisation de votre diapo. Sous Google, l'option est sélectionnable (fond transparent), vous pouvez également taper votre recherche en anglais et y ajouter white background.

Copyright © 2016 Gereso.

Visez l'homogénéité

Si dans vos diapositives on peut trouver tout ça à la fois :

- Un petit bonhomme stylisé gris qui fait coucou avec un texte écrit en Arial 12.
- Une photo ultra corporate avec des gens qui sourient dans une salle de réunion.
- Une liste à puces écrite en Times New Roman 14.
- Un schéma collé d'un document qui l'avait repris d'une capture d'écran avec une flèche rouge ajoutée et un message en rouge également.
- Un dessin humoristique.
- Un tableau avec des éléments en vert foncé et le reste en gris foncé.

Si vous avez tout ça, je vous dis bravo : vous avez créé le parfait bric-à-brac. Malheureusement, votre crédibilité en prendra un grand coup quand vous prendrez la parole avec un PowerPoint de ce style. Parce qu'on trouve tout dans un bazar, mais ça reste quand même un sacré bazar.

Il faut absolument que vous cherchiez à avoir des diapositives à l'esthétique homogène pour deux raisons :

- La première, c'est que votre public devra à chaque nouvelle diapositive fournir un effort pour s'adapter au style inédit que vous leur imposez. De manière plus ou moins consciente, ils remarqueront les changements de police, de couleurs, de style de visuels… Cela nécessitera une attention de leur part qui ne sera plus tournée vers votre sujet.
- La deuxième, c'est que vous allez passer pour celle ou celui qui saisit toujours la première idée, le premier visuel, la première couleur qui lui tombe sous la main sans jamais creuser les choses. D'où un aspect brouillon, non fini et au final amateur.

Nettoyez vos diapos du superflu

Que celui qui ne s'est pas retrouvé débordé en regardant une chaîne toute info lève le doigt ! Je viens de réaliser l'expérience à l'instant. Je suis sur BFMTV, il est 02 h 13 (il n'y a pas d'heure pour écrire, n'est-ce pas ?) : un commentateur parle d'un match de football. On nous montre les images de ce match avec le score. Pendant ce temps une information concernant la mort de l'inventeur de l'e-mail est inscrite à l'écran (on est d'accord, ça n'a

Copyright © 2016 Gereso.

rien à voir, non ?). Sont présents également le logo de la chaîne et l'heure exacte ainsi que la provenance des images. Je ne sais plus si je dois écouter et ce que je dois regarder. Ça vous rappelle quelque chose ?

Rappelez-vous le principe de cohérence de Richard Mayer : on apprend mieux lorsque les mots et images additionnelles intéressants mais non nécessaires sont exclus. C'est en raison de cette règle scientifiquement prouvée qu'il faut que vous bannissiez de votre langage la phrase : « Non, mais si je mets ça, c'est parce que ça peut intéresser des gens. » S'il y a des éléments sur votre diapo qui pourraient intéresser quelqu'un dans l'assistance, rappelez-vous que ça concerne entre zéro et quelques personnes. Autant dire que ça perturbera tous les autres, donc la majorité de votre auditoire. Ceux que ça intéressera seront détournés du message que vous étiez venu transmettre et vous risquez de les avoir perdus pour la suite.

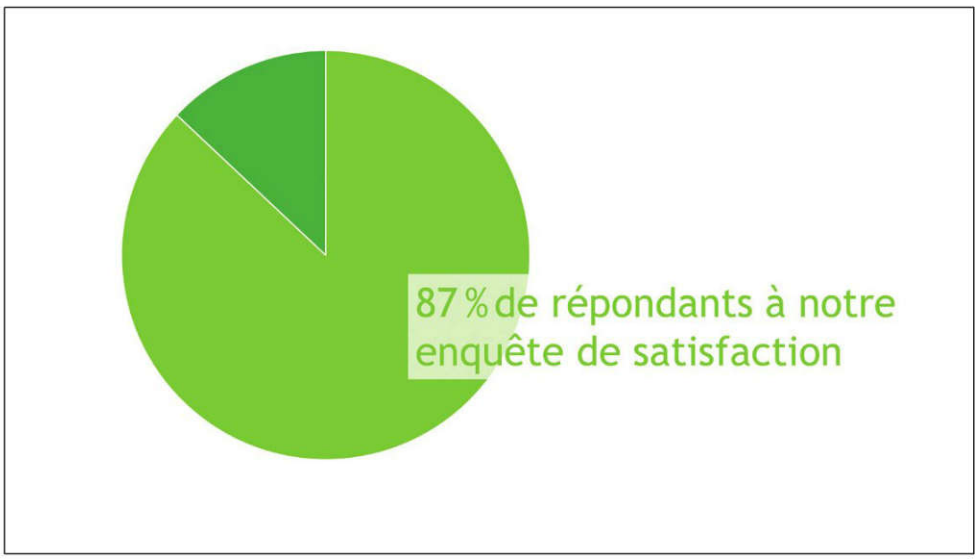
Il va s'agir en général de données dans un tableau, d'éléments en trop sur un graphique, de détails dans un schéma, de petits pavés de texte qu'on a ajoutés en pensant l'information pertinente. Alors posez-vous la question suivante : y a-t-il des éléments qui seront lus ou vus mais qui seront oubliés dès la diapositive suivante ? Si la réponse est oui, supprimez-les. Scrutez chaque élément et demandez-vous s'il apporte un complément visuel à votre discours oral. Si ce n'est pas le cas, coupez, hachez ! Votre diapo pourra vous sembler vide à l'issue de ce toilettage, mais ce n'est pas grave : n'ayez pas peur des espaces vides et recomposez-la pour que l'ensemble soit harmonieux.

Copyright © 2016 Gereso.

Regardez ensuite s'il y a des éléments sur votre diapositive qui ne sont pas connectés entre eux. Si c'est le cas, c'est certainement parce que votre diapositive n'illustre pas un seul message mais plusieurs : il faut que vous l'éclatiez en plusieurs diapositives. Rappelez-vous : un message par diapo.

Regardez cette diapositive : deux messages sont présents.

Il faut donc « l'éclater » en autant de diapositives.



Copyright © 2016 Gereso.

Enfin, si vous avez fait un copier-coller à partir d'un autre document, demandez-vous si ce que vous avez collé est utile. Même si vous êtes très très très fier de ce schéma sur lequel vous avez passé plusieurs soirées et que vous trouvez aussi réussi que le plus réussi des tableaux de Léonard De Vinci, ne le gardez que si vous prévoyez de lui donner un véritable sens dans le contexte de votre présentation. Si vous avez dans l'idée que la phrase que vous prononcerez à ce moment-là sera quelque chose du style « là je vous ai mis un schéma qui montre toutes les interactions entre les différents services à l'intérieur de notre filiale chinoise. C'est un peu compliqué mais je vous invite à y jeter un œil à tête reposée », c'est qu'il faut absolument débarquer le schéma… même si vous avez la larme à l'œil rien qu'à penser à la perfection esthétique du truc tentaculaire.

Si vous réalisez que vous n'avez gardé qu'un seul chiffre dans un tableau, écrivez uniquement le chiffre.

Si vous vous rendez compte que les chiffres de votre graphique sont superflus, ne gardez que la tendance.

Si votre liste à puces s'est transformée en trois mots-clés, gardez-les et associez-y une image.

S'il vous reste un bloc de texte, voyez comment celui-ci peut se traduire en visuel.

Copyright © 2016 Gereso.

Si vous tenez absolument à conserver votre liste à puces (mais c'est mal !), supprimez tous les verbes et ne conservez que le groupe nominal le plus important de la puce. Mettez en valeur par du contraste les mots importants. Amenez les éléments un à un.

Tout ce que vous aurez supprimé aura certainement sa place dans le fameux document que vous distribuerez ou que vous enverrez par mail à l'issue de votre prise de parole. Vous pourrez peut-être également le coller dans les commentaires de votre diapositive pour y avoir accès au cas où on vous demande une précision. Attention à ne pas noyer ce que vous devez vraiment dire sous cette masse d'informations.

Rappelez-vous que prendre la parole en public ce n'est pas distribuer des informations en espérant que celles-ci seront prises mais c'est bien emmener votre public sur le chemin qui les mènera d'un point A à un point B.

Évaluez votre diapo

Une fois que vous avez terminé votre diapositive, il reste à y jeter un œil neuf afin de l'évaluer en se mettant à la place de celle ou celui qui la découvrira pour la première fois pendant que vous parlez.

Posez-vous cette première question : **est-ce qu'il y a bien une idée et une seule sur ma diapo ?**

Copyright © 2016 Gereso.

Si la réponse est non, éclatez-la en autant de diapos que d'idées présentes. Rappelez-vous qu'une idée peut très bien être matérialisée par plusieurs éléments tant que ceux-ci sont visuellement liés et dépendants.

Deuxième question : **est-ce que ma diapo se comprend en trois secondes ?**

Si ce n'est pas le cas, c'est qu'il y a beaucoup d'éléments inutiles qui n'apportent rien au message que vous voulez transmettre, mais qui sont des informations supplémentaires que vous avez ajoutées là, un peu pour faire du remplissage. Ou bien parce que vous vous êtes dit : « Ça peut intéresser des gens du public. » Il faut les supprimer, ils vont irrémédiablement détourner l'attention de votre propos. Si ces informations supplémentaires servent effectivement votre message, il faut alors synchroniser leur apparition sur votre discours.

Troisième question : **est-ce que ma diapo est agréable à regarder ?**

Je reconnais le caractère hautement subjectif de la réponse mais il y a des incontournables à respecter : pas d'éléments soulignés mais du contraste, pas de couleurs qui piquent les yeux mais de la sobriété, pas de photos un peu perdues au milieu de la diapo, pas de clipart, pas de Comic Sans MS, pas d'éléments placés au petit bonheur la chance mais de l'équilibre et de l'harmonie.

Quatrième et dernière question : **est-ce que ma diapo respecte le style visuel de mes diapos précédentes ?**

Si on en est loin, gardez-vous de l'hétérogénéité débridée : tenez-vous en à deux polices et deux couleurs. Et visez un unique style dans votre recherche d'images.

Pas d'approximation !

Je pense que nous sommes en train de tomber d'accord sur un point : il faut minimiser le texte que l'on met sur sa diapo.

Bon.

Mais quitte à limiter le texte, autant ne pas faire de faute sur ce qu'il reste ! Je fais partie de ces gens qui ont un haut-le-cœur quand ils voient un parti-

Copyright © 2016 Gereso.

cipe passé mal accordé. Traitez-moi de snob si vous voulez, toujours est-il que je suis loin d'être le seul, et qu'une bonne manière de se décrédibiliser, c'est de faire une faute de syntaxe ou de grammaire. Alors si vous étiez un abonné des 0 sur 20 en dictée, faites jeter un coup d'œil à vos diapos par un 20 sur 20.

Évitez aussi les trucs qui font vraiment amateur, genre les trois points d'exclamation. Réservez ça pour vos emails.

Cet exemple est d'ailleurs doublement à ne pas suivre puisque je vous le redis : ne faites pas de diapo de remerciement. Vous serez bien plus crédible si vous le dites sincèrement plutôt que si vous le lisez.

La pire des approximations m'a été racontée par Thomas qui travaille pour une grande entreprise automobile. Au lancement d'un nouveau modèle, le directeur général fait une conférence de presse. Mais les prix sont changés après des négociations de dernière minute. Malheureusement, personne ne pense à actualiser le PowerPoint. Résultat catastrophique : les prix annoncés n'étaient pas ceux affichés !

Vous n'êtes peut-être pas dirigeant d'une des grandes entreprises françaises, mais ça devrait valoir pour eux aussi : ne laissez personne d'autre que vous concevoir vos diapos. Personne ne peut présenter avec des diapos conçues par quelqu'un d'autre, et vous ne pouvez pas donner vos diapos à quelqu'un pour qu'il les présente. Les diapos, c'est comme une brosse à dents : c'est personnel.

Copyright © 2016 Gereso.

En résumé

- Être professionnel c'est aller au-delà de ce qu'on attend de vous.
- Soyez sobre et moderne en évitant le soulignement, les bordures épaisses et les images de fond en filigrane.
- Cassez la symétrie de vos diapos.
- S'il n'y a qu'une photo sur une diapo, la photo est la diapo : ne la posez pas n'importe où et mettez-la en plein écran.
- Ne déformez pas vos photos : conservez les proportions.
- Essayez les images sur fond transparent ou de la même couleur que votre fond de diapo.
- Soyez homogène dans le style de vos diapos.
- Supprimez ce qui ne sert à rien sur vos diapos.
- Une idée = une diapo.
- Soyez capable d'évaluer votre diapo.
- Refusez les approximations, les fautes et la ponctuation débordante.

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Chapitre 2

Présentez avec PowerPoint

Il faut le reconnaître, il n'est pas du tout naturel de prendre la parole en public en « concurrence » avec un PowerPoint. Car c'est trop souvent de cela qu'il s'agit : on passe d'une relation à deux (le public et vous) à une relation à trois (le public, vous et le PowerPoint). Les grands auteurs de théâtre de vaudeville sont formels : c'est la relation à trois qui prête le plus à créer des situations inextricables.

Dans une prise de parole, ce n'est pas vous le héros de l'histoire, c'est bien le public. Le problème c'est que dès que PowerPoint apparaît dans le paysage, c'est le diaporama qui devient le héros de l'histoire : on baisse les lumières, tout le monde se tourne vers l'écran, y compris l'orateur, et on admire le travail.

Le résultat, c'est que l'interaction disparaît puisque plus personne ne regarde plus personne et que tous les yeux sont rivés sur l'écran. Présenter avec PowerPoint nécessite la maîtrise de quelques éléments techniques qui n'ont rien de naturel et avec lesquels il faut composer en pratiquant.

Prenez possession de votre environnement

Souvent, quand vous prenez la parole avec un PowerPoint, vous vous sentez coincé entre un mur et le côté de l'écran. Parfois même il y a une table

Copyright © 2016 Gereso.

qui vous oblige à vous tenir de façon un peu bizarre. Quand vous osez bouger de quelques centimètres vous vous prenez la lumière du vidéoprojecteur en pleine face.

Pour éviter de vous retrouver dans ce genre de situation, il est important que vous preniez possession de votre environnement. Il faut que vous ayez trois objectifs :

- Avoir de l'espace pour évoluer sereinement.
- Faire en sorte que vous et votre diaporama puissent être tous deux visibles.
- Avoir une vue sur votre ordinateur pour savoir à tout moment où vous en êtes sans vous retourner.

Chaque salle étant différente, il n'y a pas de recette miracle pour y parvenir, mais généralement il sera bon d'être sur place au minimum vingt minutes à l'avance pour être serein. La première chose à faire, c'est de connecter votre ordinateur et le vidéoprojecteur ou le téléviseur. Si vous avez besoin de son, ne vous contentez pas du haut-parleur intégré à votre portable, connectez celui-ci au système de sonorisation de la salle ou prévoyez d'apporter le vôtre. Testez votre PowerPoint. Vérifiez votre télécommande (ayez une télécommande !). Tout va bien.

Ménagez-vous un espace à vous ! Vous allez naviguer entre le côté de l'écran et devant celui-ci. Je vous entends d'ici : « Ouiiiiii, mais je vais cacher l'écran aux spectateurs ! » C'est juste, et c'est bien de parfois le faire. C'est de cette façon que vous parviendrez à recréer ces moments d'interaction avec le public. Il faut donc que vous ayez dégagé de l'espace sur au moins un côté de l'écran, voire les deux, et sur le trajet qui vous amène à être un ou deux mètres devant celui-ci. Dans tous les cas, il faut à tout prix éviter que vous soyez du côté opposé de la salle par rapport à votre écran. L'effet « PowerPoint prend toute la place » en serait encore amplifié puisque votre public choisit invariablement de regarder l'écran.

Faites en sorte qu'à votre point d'ancrage principal, vous ayez très facilement un œil sur votre écran d'ordinateur et que ce qui est affiché dessus soit lisible. Ça va vous être d'un immense secours grâce au mode présentateur.

Surtout ne comptez pas sur Internet ! Prévoyez de pouvoir tout faire hors connexion, les wifis sont souvent capricieuses ou bridées ou inexistantes. Et puis vérifiez une dernière fois que tout fonctionne comme attendu : com-

Copyright © 2016 Gereso.

bien d'histoires m'a-t-on relaté de photos de famille ou d'images osées qui sont apparues au mauvais moment !

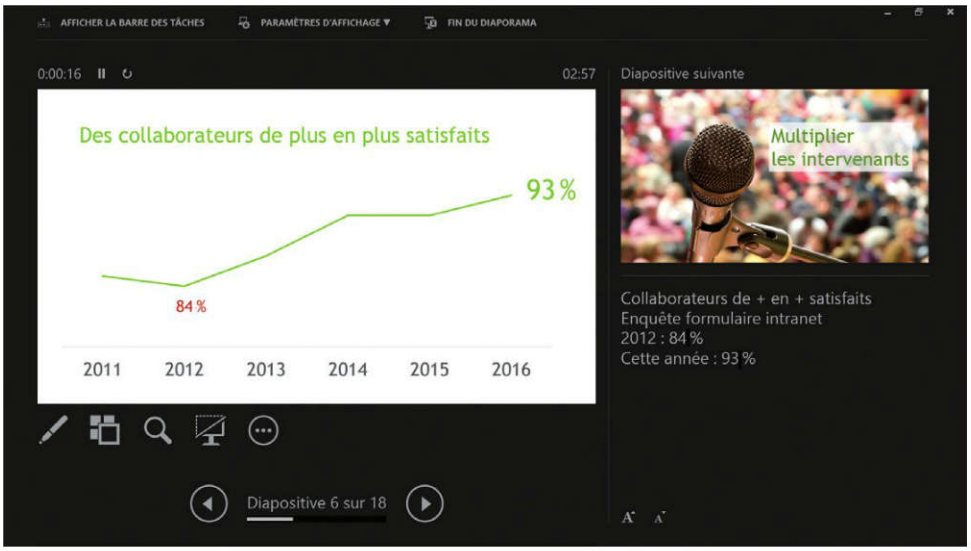
Vous êtes prêt, surtout gardez la lumière allumée : les participants ont besoin de vous voir. Si vous éteignez, vous créez une salle de cinéma. Au cinéma, on s'enfonce dans son fauteuil, on regarde les images, on n'intervient jamais et parfois on s'endort. Tout le contraire de ce que vous voulez que votre public fasse !

Utilisez le mode présentateur

Si vous ne connaissez pas le mode présentateur, ça va changer votre vie !

Avec le mode présentateur ce qui est affiché sur votre écran d'ordinateur est différent de ce qui est projeté derrière vous.

Sur votre écran, vous voyez la diapositive courante, la diapositive suivante, le temps écoulé, l'heure, etc. Mais surtout, vous voyez les commentaires que vous avez mis au préalable dans la zone prévue de PowerPoint pendant la conception de vos diapositives. Si vous avez bien pris possession de votre environnement, vous avez accès d'un simple coup d'œil à vos notes directement sur votre ordinateur.



Les commentaires que vous aurez saisis ne devront en aucun cas être des phrases entières ! Misez tout sur les mots-clés : les quelques mots qui vous

Copyright © 2016 Gereso.

permettront de ne pas oublier un point important mais qui vous garantiront de conserver le contact visuel avec le public.

Le mode présentateur vous permet d'utiliser PowerPoint comme il doit l'être : comme un support visuel pour le public et non pas un prompteur pour vous. Avec le mode présentateur, le prompteur est sur l'écran que vous seul voyez.

Il est très étonnant de constater que cette fonctionnalité, présente dès les toutes premières versions de PowerPoint, est aussi peu connue et encore moins utilisée. Personne ne la montre à ceux qui ne la connaissent pas, et ceux qui la connaissent n'en voient pas l'intérêt. Et pourtant c'est bien cette fonctionnalité qui replace votre public au centre de votre intervention en remettant PowerPoint à la place qu'il doit avoir : celle d'un support en arrière-plan.

Actuellement, plusieurs versions de Windows, de PowerPoint et d'autres logiciels de présentation (Apple Keynote, OpenOffice Impress…) cohabitent. Il est donc difficile de vous proposer la technique exacte pour passer en mode présentateur. Mais il vous faudra passer par deux étapes plus ou moins automatiques selon votre configuration :

- Mettre votre affichage en mode étendu, de manière à ce que votre écran ne soit pas dupliqué sur l'image projetée, mais que celle-ci en soit le prolongement.
- Mettre PowerPoint en mode présentateur (onglet « Diaporama » dans le logiciel).

Le mode présentateur est aussi le moyen de ne pas s'emmêler les pinceaux avec des éventuelles notes écrites : on m'a récemment raconté l'histoire de cet orateur qui cherchait désespérément à faire correspondre les diapos qui s'affichaient avec les fiches qu'il avait en main. Résultat : du temps perdu, des moments gênants et une perte d'intérêt.

Gardez la connexion avec le public

Souvent, les enfants de trois ans décident de se séparer de leur doudou et de ne plus l'emporter toujours avec eux.

Il est temps pour vous de faire pareil.

Copyright © 2016 Gereso.

Quand on prend la parole en public, on a tendance à avoir tout un tas de doudous : un stylo, une bague, le pupitre… Ce sont des objets qui nous rassurent, qui nous aident à affronter ce grand bain du monde extérieur qui, dans votre cas, est le public.

Le PowerPoint est peut-être le pire des doudous ! Quand on prend la parole en public on se sent parfois comme nu devant une armée de requins qui n'ont eu pour toute nourriture que de la compote asperge-brocoli depuis la dernière fois qu'on a vu Raymond Barre à la télé. Et dans ce cas-là que fait-on ? On cherche à se « protéger » de son public. Alors on se tourne vers le PowerPoint. Et on devient comme ces présentateurs et présentatrices de la météo à la télévision qui apparaissent de côté et montrent leurs petits soleils et leurs petits nuages. En réalité ils s'agitent devant un écran vert et voient le résultat final sur un moniteur en face d'eux.

Les orateurs qui utilisent PowerPoint adoptent instinctivement la même position : ils prennent une position à mi-chemin entre le public et l'écran de projection. Et puis en général ils montrent tout un tas de choses en fendant l'air de manière imprécise, comme pour fournir une justification à cette position. Ils donnent ainsi implicitement la consigne suivante au public : « Regardons l'écran ensemble ! » L'information sous-jacente c'est : « Je vais vous montrer un document et vous le lire. Ne vous inquiétez pas, je vous enverrai ce document par la suite. »

En réalité, votre position par défaut c'est d'être tourné vers le public, et aller vers votre PowerPoint doit être l'exception. Surtout pas le contraire. N'allez vers votre PowerPoint que si vous souhaitez montrer vraiment quelque chose que votre public ne repérera pas autrement. Si on y réfléchit bien et si on a bien conçu son PowerPoint, cela arrive très rarement. Vous pouvez ainsi maintenir une vraie connexion avec votre public. Les miss et mister météo devraient en prendre de la graine : on les verrait plus souvent de face. Et puis franchement, on sait situer son domicile ou son lieu de vacances sur la carte, non ?

Si vous utilisez le mode présentateur, vous n'avez absolument aucune raison de vous retourner pour voir ce qu'il y a derrière vous : vous avez l'image sur votre écran d'ordinateur. Et pour garder encore plus la connexion avec votre public, utilisez une télécommande, cela vous évite de devoir toujours retourner à votre ordinateur et vous pencher pour appuyer sur un bouton. Mais rappelez-vous que c'est votre ordinateur qui contrôle le diaporama,

Copyright © 2016 Gereso.

pas le mur ou l'écran ! Alors arrêtez de zapper derrière vous, ça vous fait perdre du temps et de l'énergie… Et ça vous rend ridicule.

Dernière astuce : appuyez sur la touche « b » comme *black* pour que votre écran devienne noir et sur « w » comme *white* pour qu'il devienne blanc. Cela vous permettra d'attirer de nouveau l'attention du public sur vous s'il est trop absorbé par votre diapo.

Variez les plaisirs

Aujourd'hui des formations, des séminaires, des conférences se font du début à la fin avec PowerPoint. Beaucoup font un diaporama et parlent dessus plutôt que de prendre la parole avec l'apport supplémentaire d'un support visuel.

Vous le faites également ? Mettez-vous à la place des spectateurs ! D'ailleurs vous y êtes souvent. Avoir l'œil rivé sur un écran lumineux dans une salle à moitié sombre avec quelqu'un qui fait la même chose mais qui parle… ça a un effet hypnotisant non ? Au bout de combien de temps décrochez-vous ? Au bout de combien de temps pensez-vous à autre chose ? Au bout de combien de temps regardez-vous l'heure ?

Et s'il y a une animation ou deux (qui n'ont rien à voir avec le sujet) vous aurez un sursaut d'éveil. Vous aurez le même genre de réaction que devant la vidéo d'un chat obèse qui joue au ping-pong avec un rouleau à pâtisserie : un peu d'amusement mêlé de pitié avant de sombrer de nouveau dans la léthargie sans que cela ne vous ait rien apporté.

Cela vous semblera peut-être étonnant, mais lorsque j'anime une formation sur la prise de parole en public, je n'utilise pas du tout PowerPoint. Pas une seule diapo pendant deux ou trois jours entiers. Jamais personne ne m'a dit : « Tu peux nous mettre un peu de PowerPoint ? On est en manque. » On me dit parfois : « Est-ce qu'on aura un support qui reprend tout ce qu'on dit ? » La question est légitime et la réponse est évidemment oui. Mais pas une diapo n'est diffusée.

Il y a d'autres interventions, conférences, formations au cours desquelles j'utilise PowerPoint parce que ça me semble l'outil le plus approprié dans ces circonstances pour ancrer mes messages dans les esprits. C'est là que nous arrivons à une notion fondamentale : PowerPoint est un outil.

Copyright © 2016 Gereso.

Comme votre voix, votre corps, votre visage, vos mots, votre méthode, PowerPoint est un outil pour faire passer vos messages. Il faut donc toujours remettre en question le caractère obligatoire de l'intervention « avec un PowerPoint ». Dans tous les cas, animer avec un diaporama pendant une demi-journée entière, c'est l'assurance d'ennuyer.

Robert Gaskins, l'un des créateurs du logiciel en 1987 s'est lui-même posé ces questions à l'occasion des vingt-cinq ans du logiciel en 2012[8] : « Pourquoi tant de monde a-t-il adopté le "style PowerPoint" ? Pourquoi les chercheurs du domaine médical utilisent-ils PowerPoint à l'occasion des conférences académiques et des conférences de presse ? Pourquoi le secrétaire d'État Colin Powell l'utilise-t-il à l'ONU ? Pourquoi les hommes d'église font-ils leurs sermons avec des diapos dans le style PowerPoint ? Pourquoi les officiers de l'armée donnent-ils leurs instructions dans le style PowerPoint ? Pourquoi les avocats dans les tribunaux formulent-ils leurs arguments dans le style PowerPoint ? Pourquoi les professeurs dans les salles de classe utilisent-ils le style PowerPoint, et en outre pourquoi les professeurs demandent-ils à des élèves de l'école primaire de faire leurs devoirs dans le style PowerPoint ? », et il ajoute : « L'utilisation de puces pour lister les pronoms personnels en espagnol ou les personnages de Roméo et Juliette est très étrange. »

Si vous proposez la même activité sur le même ton avec le même PowerPoint, l'attention baisse au bout de dix minutes, c'est scientifiquement prouvé. Heureusement, il existe d'autres moyens de stimuler l'attention de son auditoire. Tout est une question de rythme et de ruptures : les ruptures donnent du rythme.

Une rupture, c'est un changement remarquable dans le cours de votre intervention qui va susciter un regain d'attention pour votre public. Il peut être de quatre types :

- Une rupture vocale : vous parlez plus ou moins fort, plus ou moins vite, vous créez un silence…
- Une rupture corporelle : vous vous déplacez, vous esquissez un grand geste, vous changez de posture…
- Une rupture verbale : vous racontez une anecdote, vous posez une question au public…

8. http://www.robertgaskins.com/powerpoint-history/sweating-bullets/gaskins-sweating-bullets-webpdf-isbn-9780985142414.pdf

Copyright © 2016 Gereso.

- Une rupture pédagogique (vous changez de support) : utilisation du paperboard à la place de PowerPoint…

Ces ruptures ont de la valeur parce qu'elles provoquent une émotion chez les membres de votre public. Il ne s'agit pas ici de les faire hurler de rire ou pleurer à chaudes larmes, il s'agit de susciter une réaction au changement que vous leur imposez : une réaction non réfléchie, spontanée, bref, émotionnelle… pour leur faire quitter celle de l'ennui !

Lorsque vous présentez avec un diaporama, quelles sont les options qui s'offrent à vous pour créer une rupture pédagogique ? Éteignez le vidéoprojecteur et essayez celles-ci :

Le paperboard

En l'utilisant, vous vous mettez en action et vos paroles sont de fait synchronisées sur votre « visuel » (ce que vous écrivez ou dessinez). Vous invitez à l'interaction en reportant sur le papier les échanges avec votre public.

Ceux qui ont suivi l'évolution du jeu télévisé *Les chiffres et les lettres* regrettent peut-être comme moi ces moments où Bertrand Renard écrivait avec un feutre les opérations pour arriver au « compte est bon ». Avec l'arrivée de l'ordinateur dans l'émission, l'animateur ne se lève plus et ne nous accompagne plus dans nos calculs. Une part d'interaction a disparu.

La vidéo

C'est un moment où baisser les lumières et regarder tous ensemble l'écran prend tout son sens, contrairement à l'animation avec un PowerPoint. La vidéo, si elle est suffisamment courte, est une manière très efficace d'illustrer un point précis de votre argumentation. Le public change son focus : il passe de vous à l'écran et a ainsi un regain d'attention.

Une seule restriction : à ne pas utiliser après le déjeuner ! Effet sieste garanti.

Veillez à ne pas proposer une vidéo en ligne : on ne peut jamais être certain du fonctionnement de la connexion Internet. Utilisez un site du type keepvid.com pour télécharger directement sur votre ordinateur une vidéo du Web et l'utiliser ensuite même si vous n'avez pas de réseau.

Copyright © 2016 Gereso.

Dans le même ordre d'idée, vous pouvez également proposer uniquement de l'audio.

La mise en scène

Une mise en scène, c'est un moment où vous accompagnez votre parole de l'utilisation d'un élément extérieur : le PowerPoint, le paperboard et la vidéo en font partie d'une certaine manière, mais il y en a toutes sortes d'autres.

Vous pouvez par exemple montrer un objet physique : un épais catalogue pour montrer que votre entreprise a des milliers de références, un caillou si vous êtes venu nous parler de géologie, ou bien comme Steve Jobs : une enveloppe dont il a extrait le MacBook Air, l'ordinateur ultra-fin.

Vous pouvez également, si vous êtes formateur, faire déplacer les gens pour un jeu de rôle. Une formatrice sur la thématique de la retraite (pas le sujet le plus fun, mais nécessaire !) m'a confié utiliser cette technique pour faire jouer aux participants les rôles d'une retraitée et d'un conseiller. Vous pouvez également par exemple leur faire remplir des Post-it à coller au mur pour une séance de créativité collective.

La seule limite à cette variation des plaisirs, c'est votre imagination : ne la bridez pas et bousculez un peu les attentes de votre public !

Copyright © 2016 Gereso.

En résumé

- Présenter avec un PowerPoint ne doit pas se résumer à éteindre la lumière et à regarder ensemble un écran.
- Aménagez votre espace à l'avance pour ne pas être gêné pendant votre prise de parole.
- Utilisez le mode présentateur pour que votre « prompteur » n'apparaisse qu'à vous.
- Lâchez votre « doudou » PowerPoint et gardez la connexion avec le public.
- Soyez exigeant avec vous-même !
- Créez des ruptures dans votre manière d'animer pour maintenir l'attention de vos spectateurs.

Copyright © 2016 Gereso.

Chapitre 3

Les questions que vous vous posez

« Ça marchera jamais chez nous »

En général, lorsque cette phrase est prononcée en formation sur la conception d'un PowerPoint efficace, elle est précédée d'une autre : « C'est vraiment très intéressant ce que tu nous donnes comme outil Pascal, et je comprends que c'est effectivement mieux de faire les PowerPoint ainsi… Mais ça ne marchera jamais chez nous. »

Comment pouvez-vous le savoir ? Comment pouvez-vous en être certain ? Qu'est-ce ce qui ne marchera pas ? Est-ce que vous pensez qu'on va vous jeter des cailloux parce que vos diapos ne sont pas pleines de listes à puces, de tableaux chargés et de détails inutiles ? Est-ce que vous allez créer une rupture dans le continuum espace-temps ce qui va provoquer inéluctablement l'explosion de la terre et la malédiction sur vous, vos enfants, les enfants de vos enfants et les enfants des enfants de vos enfants ?

Ou bien est-ce que vous avez peur du jugement ?

En fait, quand vous me dites « ça ne marchera jamais chez nous », vous pensez « on va croire que je n'ai pas assez travaillé et du coup je vais

Copyright © 2016 Gereso.

passer un sale moment pendant ma présentation ». Parce que vous estimez que le résultat de votre travail se voit dans la quantité d'informations présentes sur vos diapos.

Si vous pensez qu'il faut absolument que vous démontriez votre capacité à travailler par des écrits solides, voire denses, appliquez la recette la plus importante de cet ouvrage : faites un document complet que vous enverrez après votre prise de parole en public. Précisez-le dès le début : « Ne vous inquiétez pas, je vous transmettrai toutes les informations à l'issue de la présentation. » Assumez votre support visuel allégé et montrez votre compétence dans votre discours investi, incarné et passionné. Alors on vous jugera solide et convaincant.

« Je vais être complètement perdu »

Vous avez sans doute l'habitude de vous servir de votre PowerPoint comme d'un prompteur. Du coup vous ne pouvez en aucun cas perdre le fil de votre discours : les enchaînements sont écrits noir sur blanc sur le diaporama que vous projetez. Il vous suffit donc de vous retourner et de suivre le « plan détaillé » que vous avez inscrit.

Votre PowerPoint est votre bouée.

Sans bouée, vous pensez que vous allez vous débattre, avaler de l'eau, suffoquer, perdre le rivage de vue, couler et vous noyer. Alors qu'il vous suffit d'apprendre à nager !

Apprendre à nager, c'est beaucoup moins compliqué que quand vous aviez cinq ans. Il vous suffit de faire trois choses :

- Utiliser le mode présentateur qui vous permet de voir vos notes lorsque votre public ne verra que votre diapositive courante.
- Détacher votre regard de l'écran derrière vous pour le porter vers le regard du public… et jeter un œil de temps en temps à votre ordinateur pour savoir où vous en êtes.
- Mettre en action votre corps, votre visage et votre voix pour donner une véritable dimension à vos mots.

Faites-vous confiance, entraînez-vous, et vous serez… comme un poisson dans l'eau !

Copyright © 2016 Gereso.

« J'AI PAS LE TEMPS DE FAIRE COMME ÇA »

Le temps ce n'est pas quelque chose que l'on a ou pas. C'est quelque chose que l'on prend ou pas.

Adopter une nouvelle pratique, cela nécessite de prendre du temps pour la comprendre, danser un peu avec, s'y frotter pour de vrai, y trouver son compte et enfin la faire sienne. En lisant ce livre, vous êtes dans la première phase. Il va falloir que vous appliquiez cette méthode, que vous l'adoptiez. Cela va effectivement nécessiter que vous investissiez du temps dans l'attente d'un véritable retour sur investissement.

J'ai animé récemment la formation « Concevoir un PowerPoint efficace » pour un grand groupe du domaine de l'électronique. La formation se terminait un vendredi. Le lundi suivant, trois jours après, à 11 h 21, je reçois un mail d'un participant qui m'écrit : « Comme promis, j'ai eu l'occasion de mettre en application ce que j'ai appris pendant le stage. La présentation s'est super bien passée, l'auditoire a été agréablement surpris par le contenu et le message que je voulais transmettre. Même mon chef a été impressionné et m'a félicité. »

Il ne lui aura fallu qu'un week-end pour avoir son retour sur investissement ! Peut-être que cela vous prendra un petit peu plus de trois jours, mais certainement moins que vous ne le pensez. Et vous en ressentirez immédiatement les bénéfices.

Il est possible également que vous vous disiez que la méthode requiert le double de travail puisque je vous propose de faire deux fichiers différents : un support visuel et un document d'accompagnement. C'est certainement vrai : faire mieux demande plus de temps. Mais pas autant que vous le croyez : en structurant votre intervention, en écrivant les messages qui mèneront votre public du point A au point B avant de vous lancer dans votre PowerPoint, vous aurez déjà rédigé une bonne partie de votre document d'accompagnement.

Réfléchissez bien à ce que vous gagnez en investissant un peu de temps et jetez-vous à l'eau !

Copyright © 2016 Gereso.

« On m'a parlé du mind mapping, ça a l'air génial »

Le mind mapping ou carte heuristique, c'est un outil qui permet de représenter visuellement, grâce à un schéma, le développement de la pensée. Cela se présente sous forme d'arbre avec un nœud central. Je ne connais pas parfaitement cet outil, mais il semble qu'il est extrêmement puissant et efficace à plus d'un titre. De mon point de vue, c'est surtout pour la réflexion personnelle autour d'un sujet ou la réflexion collective (le brainstorming) qu'il trouve toute son efficacité.

Il est donc tout à fait légitime de l'utiliser pour préparer une intervention orale, et je suis certain qu'il existe nombre de méthodes très efficaces pour le faire.

En revanche beaucoup défendent l'idée qu'une carte heuristique est l'outil parfait pour présenter ses idées à l'oral. Je ne suis pas d'accord. Ce n'est pas parce que vous aurez fait voyager votre public à travers une cartographie d'idées que vous les convaincrez mieux d'adopter votre point de vue. Parce que convaincre un public, c'est le faire passer d'un point A à un point B. C'est un processus linéaire : un orateur accompagne son public sur le chemin qu'il leur a tracé en apportant des réponses aux questions qu'il se pose. Plus ce chemin est droit, plus il est efficace.

« On m'a parlé de Prezi, ça a l'air génial aussi »

À chaque fois que je critique la façon dont PowerPoint est utilisé, il y a quelqu'un pour dire : « Oui mais maintenant il y a Prezi ! »

Les deux logiciels sont très différents et ça fait quelques années à présent que le deuxième se présente comme une alternative révolutionnaire au premier. Voici ce qu'on peut trouver sur leur site :

- « Les diapos vous enferment. Changez votre façon de créer et de présenter en laissant de l'espace à vos idées. »
- « Échappez à la linéarité et déplacez-vous librement dans toutes les directions, de la grande idée jusqu'aux moindres détails. »

Copyright © 2016 Gereso.

- « Les gens se souviennent des expériences, pas des diapositives. Captivez votre public à l'aide une histoire dynamique et multidimensionnelle qu'ils n'oublieront pas. »

C'est effectivement comme cela que ça se passe : quand vous assistez à une « présentation Prezi », vous êtes embarqué par l'orateur dans un voyage sur une cartographie d'idées. Vous passez de l'une à l'autre par dézoom/déplacement/zoom. Les promesses d'espace, de déplacement et « d'expérience vécue » sont tenues.

Mais Prezi ne fait pas de miracle, au contraire.

La raison la plus évidente, c'est la place trop importante donnée aux animations. Si on se repose dessus pour épater le public, c'est vraiment qu'on n'a rien à dire ! Le design, ce n'est pas de la décoration. La présentation ce n'est pas de la frime.

Au-delà de ça, les défenseurs de Prezi soutiennent qu'il faut l'utiliser pour deux raisons :

- Ne plus voir les choses de manière linéaire.
- Montrer les relations entre les différents éléments.

Ils ajoutent que ces deux raisons sont imparables parce qu'elles sont en adéquation avec la manière dont l'être humain raisonne : par passage du général au particulier et par association d'idées.

C'est exact, c'est comme cela qu'on réfléchit, qu'on crée, qu'on trouve des solutions, qu'on innove. Mais ce n'est pas comme cela qu'on fait passer ses idées, c'est exactement la même chose que pour le mind mapping. Ajoutez la frime à l'argumentaire sur la « multidimensionnalité » et vous aurez compris pourquoi Prezi remporte autant de succès.

Ceux qui le mettent sur un piédestal oublient une chose : ce n'est pas l'outil qui fait qu'une présentation est bonne, mais bien le présentateur. Et quel que soit le support visuel utilisé, le présentateur ne sera bon que s'il a bien structuré son message avant de se jeter sur le logiciel.

Copyright © 2016 Gereso.

« Ok, mais je suis pas graphiste »

On est bien d'accord. Ça veut dire que vous n'êtes pas un pro de la composition, du choix des couleurs, de l'harmonie des formes et de tout un tas d'autres choses auxquelles je ne pense même pas. Parce que moi non plus je ne suis pas graphiste.

Mais on peut réaliser des visuels d'allure professionnelle même si ce n'est pas notre métier ! Il suffit pour cela de s'en tenir à quelques règles et d'éviter les erreurs les plus grossières :

- Si un masque de diapositive et une charte graphique vous sont imposés, respectez-les.
- Ayez un fond uni ou très légèrement texturé.
- Utilisez deux couleurs de texte : des couleurs sobres, plutôt pastel et qui fonctionnent bien ensemble.
- Faites une diapo équilibrée et pas nécessairement symétrique.
- Traitez bien vos images.
- N'essayez pas de faire original dans le choix des polices : tenez-vous en à deux maximum.
- Ne soulignez rien.
- Ne faites pas de cadres marqués.
- Visez l'homogénéité de vos diapos !

« Ça marche pour de la com, mais nous, on fait des présentations scientifiques »

Les êtres humains, qu'ils soient issus du monde du marketing, des ressources humaines, de la finance, de la science… ont le cerveau qui fonctionne de la même façon. Les trois principes mis en évidence par le Professeur Richard Mayer sont vrais pour tout le monde :

- On apprend mieux avec des mots et des images qu'avec des mots seuls.
- On apprend mieux lorsque les mots et images additionnelles intéressants mais non nécessaires sont exclus.
- On apprend mieux avec des images et un discours oral qu'avec des images, un discours oral ainsi que du texte écrit.

Copyright © 2016 Gereso.

Tout ce qui est écrit dans ce livre doit donc constituer un guide à partir du moment où vous faites une présentation orale devant des êtres humains quel que soit leur statut.

Évidemment, j'entends ce qui se cache derrière ce « nous, on fait des présentations scientifiques ». Il y a bien entendu la peur de ne pas être pris au sérieux. Alors on met tous les détails sur ses graphiques, on ajoute plein d'éléments dans des listes à puces illisibles… on balance un maximum d'informations ! Libre à vous d'agir ainsi, mais rappelez-vous qu'inéluctablement votre public passera du temps à comprendre ce qu'il y a sur vos diapos et qu'il ne vous écoutera plus. Rappelez-vous que vous allez vous transformer en commentateur de votre propre document et que vous disparaîtrez derrière la présence envahissante de celui-ci.

Ou bien raisonnez en termes de visuels, en termes de messages et rappelez encore et encore à votre public que tous les éléments sont présents dans votre document, celui qu'ils auront à l'issue de votre présentation. On vous écoutera, on vous regardera, on vous respectera.

« Moi les gens dans mon public ils ont besoin de détails »

C'est parfait, donnez-leur les détails. Mais donnez-leur avec vos mots, ceux que vous prononcez, pas ceux que vous écrivez. Réservez une diapositive plus détaillée que vous montrerez uniquement si le besoin se fait sentir, ce qui arrivera peu.

On croit parfois que « les gens ont *besoin* de détails », alors qu'en réalité, c'est une personne ou deux dans le public qui *exige* des détails. C'est d'ailleurs souvent pour des mauvaises raisons : pour se donner de l'importance, pour vous mettre en difficulté, par besoin de contrôler… bref, le risque avec les gens qui ont « besoin de détails », c'est de se laisser enfermer dans un dialogue avec eux en oubliant les autres, ceux qui aimeraient qu'on avance.

Ne vous laissez pas avoir par l'illusion du « je donne un maximum d'éléments pour que les gens puissent se faire leur opinion », vous risquez de les noyer.

Copyright © 2016 Gereso.

« Les gens ont besoin d'écrire sur le support que je leur distribue et qui reprend mes diapos »

En fait, les gens en ont *l'habitude*, pas le besoin. Du coup, si vous bousculez leurs habitudes, ils sont un peu perdus. Jetez un œil sur ces fameuses notes manuscrites prises par les participants, ce seront presque toujours des éléments de contact et des actions à prendre. Et encore, cela concerne rarement la majorité du public.

Mais, cas d'école, admettons que l'immense majorité de votre public a besoin de prendre des notes sur un support écrit. Pourquoi ce support serait-il nécessairement la copie de votre diaporama avec quelques lignes libres pour chaque diapo ? Vous me répondrez que cela leur permettra ultérieurement de bien se repérer et se situer par rapport à ce qu'ils ont vécu au moment où vous preniez la parole.

Encore une fois, avec ce raisonnement vous mettez votre PowerPoint au centre de votre intervention : c'est lui qui devient la référence absolue et non plus vos idées, votre message. Votre public ne recherche plus a posteriori tel élément de votre discours, telle partie de votre raisonnement, mais « le schéma un peu compliqué de la diapo 42 ».

Si vous tenez à ce que chacun puisse prendre des notes en se référant à votre discours, distribuez-leur un document reprenant l'ensemble de vos messages et sous-messages (idéalement vos trois grands messages et vos trois sous-messages par grand message) en laissant une demi-page vide à chaque fois. Si vous êtes efficace dans votre prise de parole, si vous êtes vigilant dans vos transitions et vos résumés, votre public saura toujours où vous en êtes et où ils doivent prendre leurs notes.

Mais si vous ne tenez pas à ce que les gens prennent des notes sur un document, vous avez raison. Parce que votre intervention sera plus percutante si votre public y est à 100 %. Ils pourront bien entendu noter une ou deux choses au passage, comme une pensée fugace à ne pas oublier, mais ils n'auront pas posé comme cadre le fait qu'ils devront prendre des notes face à un intervenant qui de ce fait devient « professeur ».

Copyright © 2016 Gereso.

« Si je mets ce que je dis sur mes diapos, c'est pour les gens qui ont une mémoire visuelle »

Voilà peut-être le plus énorme contresens de toute l'histoire de PowerPoint.

Décryptons un peu tout ça.

Les gens qui affirment cela reprennent à leur compte la théorie de la classification des individus en trois catégories (auditif/visuel/kinesthésique) et la nécessité d'utiliser le canal préférentiel pour chaque individu.

Outre le fait que cette théorie est de plus en plus mise en doute, puisqu'il semblerait que pour tous les individus l'utilisation d'un maximum de canaux serait la méthode la plus efficace, penser que le canal « visuel » serait stimulé par des diapos surchargées de texte est un contresens.

Ce n'est pas du visuel : c'est du langage écrit.

Un visuel, c'est destiné à créer un chemin direct entre l'œil et le cerveau sans passer par la phase de décryptage poussé ou de lecture.

Les gens « visuels » ne gagneront rien à ce que vous leur présentiez par écrit ce que vous dites à l'oral. Ils vivront exactement la même chose que les autres : un moment où ils essaieront à la fois d'écouter et de lire, et où ils ne seront finalement attentifs à rien.

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Mais les histoires de PowerPoint peuvent aussi bien finir

Vous vous êtes fait du mal pendant des années avec PowerPoint. Mais à présent vous avez compris que vous produisiez des diaporamas (« pisser de la slide » entend-on parfois aux machines à café des bureaux !) pour de mauvaises raisons.

Vous avez à présent toutes les clés pour reprendre les choses en main : appliquez la méthode que je vous propose et vous abolirez définitivement les longues listes à puces, les blocs de texte et les graphiques surchargés.

Alors allez-y et soyez exigeant avec vous-même !

« Soyez exigeant » c'est facile à dire…

Moi je suis content quand je réussis une pâte brisée et j'ai tendance à faire en sorte que les invités soient au courant que c'est bien moi qui l'ai faite, et pas mon épouse, un *thermomix* ou une usine. Bon, mon niveau d'exigence n'est pas très élevé en cuisine, mais les conséquences n'en sont pas vraiment dramatiques.

Et pour vous ? Est-ce que les conséquences de prises de parole en public ratées à répétition sont dramatiques ? Faites deux choses : envisagez les conséquences d'une mauvaise prise de parole puis visualisez le résultat que vous obtiendriez en décidant de faire mieux.

Chaque cas est particulier, mais il y a des incontournables : une mauvaise prise de parole avec un mauvais diaporama qui vous sert de prompteur ou de document, c'est du temps perdu pour toutes celles et ceux qui y auront assisté. Le temps c'est de l'argent et l'argent perdu peut assez simplement s'évaluer pour des gens en entreprise qui participent à un séminaire, une

Copyright © 2016 Gereso.

réunion, une conférence ou une formation. Je vous laisse faire le calcul. Pour vous, ce sera la sensation de n'avoir pas établi de véritable contact avec le public, d'avoir passé un moment sans véritable communication, sans véritable échange, sans véritable changement pour votre public et vous.

Mais si vous décidez de véritablement convaincre, transmettre avec passion grâce à vos mots, à votre voix, à votre corps, à votre visage et à votre support visuel, alors les résultats seront immédiats. Si vous décidez de vous impliquer, d'appliquer une méthode pour que votre message soit efficace, de faire un PowerPoint qui donne une réelle dimension à votre discours en ne submergeant pas votre public d'informations, alors vous créerez une connexion. Si vous décidez que vous êtes non pas *devant* un public à commenter un PowerPoint, mais bien *avec* votre public pour communiquer, alors vous serez les moteurs de leur changement.

Évidemment, il semble toujours dangereux de sortir du cadre strict que semble vous imposer votre environnement et vous pensez que vous avez plus à y perdre qu'à y gagner. Mais rappelez-vous… Quelles sont les présentations qui vous ont le plus marqué ? Quelles sont celles dont vous vous souvenez encore aujourd'hui ? Ce sont bien entendu celles où l'orateur avait compris que le plus important dans sa présentation, c'était son public. Et lorsque l'on place son public au centre de sa présentation, on lui donne envie d'écouter la suite, on donne du corps à son intervention, on complète son discours oral par du visuel, on assoit son leadership et on met en valeur son message.

Si on ne fait pas tout cela, on reste tiède.

On est bien dans l'eau tiède, on s'y endort presque mais personne ne se souvient de ce qui est tiède.

Prenez le risque de bousculer un peu les habitudes établies. Bravez ce que vous pensez être des « interdits » implicites. Parce qu'il s'agit bien souvent de croyances profondément ancrées depuis l'enfance : la croyance qu'il est absolument inapproprié de « se montrer » en public et encore plus de « montrer des images » à des adultes professionnels. De cette croyance découle tout naturellement la sensation de « ne pas faire sérieux » et « d'être ridicule » dès que nous sortons du cadre que nous nous fixons nous-mêmes.

Copyright © 2016 Gereso.

Mais les stagiaires qui expriment ces doutes sont toujours étonnés lorsqu'en formation je recueille l'avis des autres participants. Là où l'orateur aura eu la sensation d'en faire trop, les spectateurs auront vu quelqu'un de vivant. Là où l'orateur pensera avoir brisé tous les codes de la vie en entreprise, les spectateurs auront simplement été transportés, emmenés par le discours de quelqu'un qui se différencie.

Emmenez vos spectateurs avec vous !

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Des images libres de droits

http://albumarium.com/

http://www.designerspics.com/

https://www.flickr.com/

http://fr.freeimages.com/

http://fr.freepik.com/ est plus particulièrement recommandé pour les icônes

https://freerangestock.com/

http://www.gratisography.com/

http://morguefile.com/

https://www.pexels.com/

http://fr.photl.com/

https://picjumbo.com/

http://startupstockphotos.com/

https://stocksnap.io/

http://www.stockvault.net/

https://unsplash.com/

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Crédits photos

P.81 : Flickr (Daniel Jolivet)

P.69, P.70, P.81, P.103, P.104, P.106, P.107, P.110, P.111 et P.119 : iStock (istockphoto.com)

P.37, P.39, P.42, P.46, P.49, P.50, P.51, P.82 et P.84 : Icônes conçues par Freepik pour www.flaticon.com

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Un peu de lecture

Neurosciences

L'Erreur de Descartes, Antonio R. Damasio, Odile Jacob, 1994.

Les 12 lois du cerveau, John Medina, Quotidien Malin Éditions, 2014.

Multimedia Learning, Richard Mayer, Cambridge University Press, 2009 (n'existe pas en français).

Les bons conseils

Carpe Audience, John-Michael Keyes, The keyes firm, 2011 (n'existe pas en français).

La présentation mise à nu, Garr Reynolds, Pearson, 2011.

Les secrets de présentation de Steve Jobs, Carmine Gallo, éditions Télémaque, 2010.

Présentation zen, Garr Reynolds, Pearson, 2008.

Présentation zen design, Garr Reynolds, Pearson, 2010.

Resonate, Nancy Duarte, Wiley, 2010 (n'existe pas en français).

Slide:ologie, Nancy Duarte, Pearson, 2010.

Le regard critique

La pensée PowerPoint, Franck Frommer, La découverte, 2010.

Stop au PowerPoint, Nicolas Beretti, Dunod, 2012.

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

À propos de Pascal HAUMONT

J'ai plusieurs vies professionnelles.

La première, celle qui m'accompagne depuis l'enfance, c'est la passion de la scène, du spectacle, de l'émotion partagée avec un public. Elle m'a amené à jouer des pièces classiques et contemporaines sur des petites et grandes scènes, à pratiquer l'improvisation théâtrale depuis mes 20 ans avec toujours autant de bonheur et de partage, et à m'exercer au one man show en tant qu'imitateur à Paris avec des incursions passionnantes en stand-up pendant mon expérience new yorkaise.

La deuxième s'est construite sur quatre années d'études et douze années d'expérience. C'est mon ancien métier d'ingénieur en informatique. Il m'a permis d'être acteur du développement d'internet dans les années 2000 en participant à la mise en place de systèmes Web complexes chez General Electric et d'être au plus près du changement en travaillant aux Innovation Labs de Double Click chez Google à New York en 2008 et 2009.

Ce parcours en mode « grand écart » a trouvé toute sa cohérence dans ma troisième vie professionnelle, celle de consultant en communication. Depuis 2010, j'ai formé plus de mille personnes à la prise de parole en public, à la conception de PowerPoint efficaces, à la prise de parole en anglais, à l'animation de réunions, à la relation client… Je m'appuie le plus souvent sur les techniques du théâtre, de l'improvisation théâtrale et du stand up pour amener les gens que j'accompagne à avoir une communication orale plus efficace et ma connaissance du monde de l'entreprise est indispensable dans ce contexte.

J'ai écrit ce livre en pensant à vous, qui êtes constamment aux prises avec cet outil à la fois formidable et désespérant qu'est PowerPoint. Mille mercis pour votre confiance.

Contact auteur : pascal.haumont@illycom.fr
Site internet : http://www.illycom.fr

Contact éditeur : edition@gereso.fr

Copyright © 2016 Gereso.

Copyright © 2016 Gereso.

Prépresse : GERESO Édition 2016

Achevé d'imprimer par ISI Print - 93210 La Plaine Saint-Denis en mai 2016
N° d'impression : - Dépôt légal : Mai 2016 - *Imprimé en France*

Pascal HAUMONT

GERESO ÉDITION

Pourquoi PowerPoint ne sert à rien... si on s'en sert mal !

95% des PowerPoint sont réalisés sans aucune méthode ! Le résultat est catastrophique et sans appel : l'attention de l'auditoire décline, l'orateur parle plus à son PowerPoint qu'à son public et les échanges disparaissent.

Et pourtant, si vous prenez la parole en réunion, en conférence ou en formation, il y a de fortes chances pour que vous accompagniez votre intervention d'une présentation PowerPoint…

En s'appuyant sur les dernières découvertes des neurosciences, sur des techniques d'animation éprouvées et souvent sur le simple bon sens, l'auteur exerce son œil critique sur les diapositives que l'on voit sans arrêt et propose une méthode ultra-performante pour enfin réaliser des diaporamas efficaces !

Cet ouvrage n'est pas un manuel d'utilisation technique de PowerPoint, c'est l'outil indispensable qui mettra en valeur votre discours, à la condition de bien vous en servir...

Parce que les mots c'est vous, et votre PowerPoint c'est du visuel !

Existe aussi en version eBook

Pascal HAUMONT a 20 ans d'expérience en pratique théâtrale et one-man show. Consultant en communication, il dirige sa propre société de formation, avec laquelle il a déjà formé un millier de personnes à la prise de parole en public, en français et en anglais, à la conception de PowerPoint efficaces, à l'animation de réunion et à la relation client.