

Recommandations pour une présentation orale avec des transparents

Guidelines for Oral Presentations with Transparencies

Bérard A (*)

Résumé

Une présentation orale est un jeu de séduction entre le public et l'orateur. L'atmosphère doit être propice à cette cour ; elle est empreinte de sympathie et favorise l'émotion. Le contenu des transparents (ou acétates) doit susciter l'intérêt et savoir le garder, d'où la nécessité de découper les informations et de les livrer peu à peu. L'orateur sait ne pas abuser de son temps de parole pour ne pas lasser.

Faire la cour demande de connaître à l'avance le public et ses aspirations. La satisfaction de l'auditoire doit être le but prioritaire dans la conception des transparents. Le vocabulaire est adapté au niveau de connaissances du public. Les caractères du texte sont uniformes d'un transparent à l'autre, en grande taille et en gras. Les transparents sont clairs, ventilés, sans surcharge.

L'orateur, en grand stratège de la séduction, ne laisse aucune place à l'improvisation ; tout son discours a été écrit. Sa déclaration n'est pas bafouillée mais lente pour marquer les points importants. Il ne tourne pas le dos à l'auditoire.

Enfin, laisser une trace écrite de la présentation, c'est comme glisser une carte de visite ou un billet doux...

Rev Med Ass Maladie 2001;32,2:93-9

Mots clés : présentation orale ; transparents ; acétates ; recommandations.

Summary

An oral presentation is a game of seduction between the audience and the speaker. The atmosphere should be well-adapted to courting; it should be pleasant and encourage the expression of emotions. The transparency (or acetate) show should capture and maintain the audience's interest by presenting the information little by little. The speaker should try to respect the amount of time he has been allocated in order to avoid unduly tiring out those listening.

In order to properly court the audience, the orator must first know them and anticipate their needs. Transparencies should be intended to satisfy the public's expectations. One should always use a vocabulary adapted to the audience's level. The text used in each transparency should be written in the same large, bold letter types and the transparencies themselves need to be clear, airy and not overly crowded.

To complete his seduction strategy, the speaker should leave nothing to chance; his speech should be written in advance and presented slowly in order to underscore the main points without any gibberish. The speaker should never turn his back to the audience.

Finally, written handouts at the end will be interpreted as being an invitation card or love letter...

Rev Med Ass Maladie 2001;32,2:93-9

Key words: oral presentation; transparencies; acetates; recommendations.

(*) Interne de santé publique, économiste de la santé, département de santé publique, faculté de médecine de Toulouse-Purpan.

Adresse pour correspondance : Dr Alain Bérard, 149, rue du Faubourg-Bonnefoy, Résidence Vendôme, Bâtiment E, 31500 Toulouse, e-mail : aberard@yahoo.com

Faire une présentation orale est un exercice fréquent pour un professionnel de la santé. Mais lorsque l'on sort du cadre très codifié des congrès et des colloques, des règles doivent cependant être respectées pour une communication optimale.

Notre exposé s'attachera à la forme de la présentation orale plus que sur le fond car il n'existe pas de règle sur l'intérêt et la pertinence d'un sujet de présentation.

Le support des présentations orales (hors congrès et colloques) est le plus souvent des transparents (ou « acétates » pour nos amis québécois car les transparents sont... en acétate). Notre propos portera donc sur les transparents et non sur les diapositives.

Plusieurs motivations ou obligations peuvent pousser un professionnel de la santé à plancher sur un sujet puis à l'exposer en public. Quelles que soient ces motivations ou obligations, il existe une règle d'or : la présentation doit être conçue dans le but de faciliter l'apprentissage de l'auditoire. Et éventuellement, et seulement éventuellement, de suppléer la mémoire ou la défaillance du présentateur.

I. QUELQUES GÉNÉRALITÉS

1. Ne pas dépasser 20 mn de présentation

Le temps moyen d'une bonne attention est quarante-cinq minutes. Il ne s'agit donc pas de faire un discours fleuve. En pratique, une bonne présentation ne doit pas dépasser vingt minutes s'il s'agit d'un public de néophytes, et quarante minutes s'il s'agit de professionnels. Mais là encore, vingt minutes restent l'idéal.

2. Connaître son public à l'avance

2.1. Pour adapter son vocabulaire à l'auditoire

Si le public n'est pas médical, tout terme médical doit être proscrit ! La vulgarisation doit être outrancière ; elle est rarement excessive.

Ecrire un terme médical en se disant qu'il sera possible de l'expliquer à l'oral est à éviter car très souvent avec le stress ou le retard accumulé, cela ne sera pas fait.

Si le public n'est pas médical ou de haut niveau, il est souhaitable d'utiliser un vocabulaire limité à la fin du secondaire (troisième, voire seconde). L'efficacité est à ce prix.

Dans tous les cas, le vocabulaire doit être courant et répétitif. Contrairement à la littérature « littéraire » où les répétitions sont à éviter, ici elles sont recommandées. Cela permet d'ancrer le public sur ses propos et de fixer les idées.

Les mots dits « bois morts » (certes, donc, par conséquent, ainsi...) sont à bannir [1]. Cela allé-

gera le texte, gagnera de la place sur le transparent et aura le mérite d'éviter certains pléonasmes :

Ainsi donc	Il suffit simplement	Ainsi par exemple
S'avérer vrai	Car en effet	Prévoir à l'avance
Comme par exemple	Tous sont unanimes	Et puis ensuite...

2.2. Pour adapter le style de la présentation

Une présentation sera plus conviviale devant un auditoire d'une dizaine plutôt que d'une quarantaine de spectateurs.

De même selon que le public est hostile ou gagné à sa cause...

3. Laisser une trace de la présentation

Il est très difficile d'écouter les commentaires du présentateur et en même temps de noter ce qui est écrit sur les transparents. Dans ce choix à faire, c'est toujours recopier qui est préféré. Quelle frustration alors pour l'orateur que d'avoir l'impression de parler dans le vide !

Remettre une copie des transparents a les mérites de rassurer l'auditoire et de s'assurer leur attention bienveillante.

L'idéal est d'imprimer trois transparents par feuille distribuée à l'auditoire. Le public pourra mettre en regard de chaque transparent les commentaires qu'il juge pertinents.

Si le nombre total de transparents est important (ce qui doit rester exceptionnel), le nombre de transparents par feuille peut être porté à six, par égard à la pauvre personne qui aura la charge de tout faire photocopier.

Quand distribuer ces copies des transparents ? Au début ou à la fin de la présentation ? L'inconvénient du début, c'est que l'auditoire ne sera plus intéressé...

4. Faire les transparents en anglais si manifestation franco-anglaise

Certaines manifestations ont un auditoire mixte anglophone et francophone. Sauf instructions contraires, il est très agréable pour l'auditoire anglophone d'avoir des transparents en anglais alors que la présentation orale est en français.

Il en est de même pour les autres langues.

II. COMMENT COMPOSER SES TRANSPARENTS

1. Utiliser un logiciel dédié à la conception de transparents

Malgré la passion que l'on peut porter à tout traitement de texte, un logiciel de présentation assisté par ordinateur (type Microsoft PowerPoint™) doit lui être préféré. Ses fonctionnalités permettent de satisfaire toutes les exigences « artistiques ».

Dans ce type de logiciel, un assistant peut aider ceux qui débutent à concevoir les transparents. Il est possible d'imprimer facilement les transparents en taille réduite par trois ou six sur une même feuille...

Les transparents réalisés et écrits à la main appartiennent désormais au passé.

2. Toujours utiliser les transparents dans le même sens

Il est très fatigant, surtout si l'exposé dure, de suivre une présentation alternant orientation portrait et orientation paysage. Il faut faire un choix dès le départ : portrait ou paysage. L'idéal est l'orientation paysage.

L'orientation portrait a l'inconvénient de permettre d'écrire plus d'informations, et donc de surcharger plus facilement le transparent. Autre inconvénient : pour lire la partie inférieure, il faut souvent tirer le transparent vers le haut. De plus, les rétroprojecteurs sont souvent « fatigués » dans les coins en bas.

3. Préférer une police des caractères avec empattement et avec espace proportionnel

3.1. Police des caractères avec empattement

Les caractères sont dits avec ou sans empattement (serif ou sans serif en dénomination anglo-saxonne) selon que les jambages ou les obliques des caractères sont ou non ornés.

Par exemple :

I, G, H, J, k, m, q : sans empattement (ici : Arial)

I, G, H, J, k, m, q : avec empattement (ici : Times New Roman).

Exemples de polices sans empattement : Arial, Eras, Futura, Gill, Helvetica, Univers...

Exemples de polices avec empattement : Jenson, Memphis, Palatino, Times...

Les caractères avec empattement sont mieux perçus que ceux sans empattement et confèrent une meilleure lisibilité au texte [2].

Voici une police sans empattement, la préférez-vous à celle avec empattement ?

Arial, taille 12

Voici une police avec empattement, la préférez-vous à celle sans empattement ?

Times New Roman, taille 13

3.2. Police des caractères avec espace proportionnel ou avec espace fixe

Dans une police avec espace fixe, le « i » est aussi large qu'un « m ». C'est le cas avec les polices : Courier, Monaco...

Dans une police avec espace proportionnel, la largeur de la lettre est proportionnelle à la taille du signe. C'est le cas de la majorité des polices.

Le Times New Roman répond aux critères d'empattement et d'espace proportionnel.

4. Utiliser une taille 18 minimum pour Times New Roman, et en gras

Les transparents sont destinés à être projetés c'est pourquoi la taille de la police des caractères doit être bien plus importante que celle utilisée pour un document de type papier. La taille 18 pour Times New Roman est un strict minimum ; l'idéal étant taille 26 - 28.

Afin d'optimiser la lisibilité du transparent depuis le fond de la salle, tous les caractères (titres et corps de texte) sont à mettre en gras. Tout le monde doit pouvoir lire le transparent, même le myope astigmatique avec décollement de rétine du fond de la salle de 900 m de long.

Les têtes de chapitre, les titres et sous-titres auront des tailles dégressives.

Si l'ancienne école de typographie préconisait une police des caractères unique pour tout le document, l'école moderne tolère une police des caractères différente pour les titres par rapport au corps du texte [3].

5. Justifier le corps du texte

L'alignement justifié du corps du texte donne une meilleure lisibilité du transparent et lui confère un aspect ordonné.

6. Utiliser de la couleur si possible

La couleur, c'est tout de suite plus chic. Les affiches, les posters, les diapositives... tous les supports modernes de la communication sont en couleur.

Le fond du transparent :

Contrairement aux diapositives, le fond du transparent doit toujours être de couleur claire. Plus les transparents sont surchargés en couleur et plus l'attention diminue, l'œil étant plus sollicité.

Dans le cas des diapositives, la distance entre l'auditoire et l'image est plus grande, la projection de l'image est également plus grande, et la salle est

plongée dans l'obscurité. Dans le cas des transparents, le rétroprojecteur « illumine » la pièce et agresse l'œil.

Les transparents avec un fond clair passent mieux à la photocopieuse et sont moins coûteux à l'impression.

Les titres :

Les titres peuvent être en bleu, en noir ou en vert. Le rouge est à éviter car trop agressif.

Le corps du texte :

Le corps du texte peut être en noir, en bleu ou en vert. Le rouge doit être évité car trop agressif, même pour mettre en valeur des notions importantes.

Les couleurs comme le violet, le rose, l'orange... sont encore à éviter.

Pour mettre en valeur une information :

Il est possible d'adjoindre un symbole ou une image au corps du texte pour attirer l'attention. L'image doit alors être simple et stylisée afin d'attirer l'attention et non la captiver.

Souligner l'information que l'on veut mettre en avant est un procédé courant mais qui doit être absolument évité.

Le souligné est fréquemment utilisé en écriture manuscrite, survivance de l'époque où le surligneur fluo était encore à inventer. En écriture électronique, le souligné et a fortiori le double souligné doivent être abandonnés pour au moins trois raisons :

- dès 1843, des expériences [4] ont montré que c'est la moitié supérieure des lettres qui est déterminante pour la compréhension des mots. Ce qui réduit le rôle de tout ce qui touche la moitié inférieure des mots ;
- le trait, qui souligne, coupe les hampes descendantes des lettres et brise l'harmonie graphique des mots (le parapluie protège de la pluie) ;
- le souligné attire l'attention mais irrite le regard et fatigue l'œil en surchargeant la typographie de la phrase.

Il est à noter que souligner de deux traits augmente l'interligne et provoque une rupture dans la composition du corps du texte.

La couleur a cependant un coût : celui de l'imprimante et des transparents. Pour ceux ne pouvant pas utiliser de la couleur, les dégradés de gris (« niveaux de gris » selon la terminologie bureautique) offrent une alternative intéressante.

7. Simplifier, hiérarchiser et normaliser font un bon graphique

Un graphique est une synthèse visuelle d'une ou de plusieurs informations [2]. C'est pendant les six premières secondes de contact avec l'image que le public va saisir l'information.

Simplifier :

Si le graphique est trop complexe malgré la simplification des données et que sa compréhension demande plus de six secondes, alors un autre choix de représentation doit être privilégié.

Par exemple, si une représentation graphique circulaire (camembert) comprend vingt proportions (secteurs), il faudra du temps pour tout intégrer. Il est préférable de privilégier une représentation sous forme de tableau ou de simplifier les données quitte à perdre de l'information pour obtenir un camembert à 5 à 6 variables maximum.

Hiérarchiser :

Il s'agit d'organiser les informations de façon à attirer l'attention sur l'essentiel.

En cas de courbes, le trait des courbes peut être plus ou moins épais selon l'importance de l'information véhiculée.

Normaliser :

La police des caractères des graphiques doit être la même que celle des textes des transparents pour ne pas briser l'unité de la présentation.

L'emplacement des titres et des légendes doit toujours être au même endroit, d'un graphique à l'autre, afin de faciliter la rapidité de lecture et de compréhension.

La même échelle doit être utilisée pour une série de graphiques traitant des mêmes données.

8. Eviter les graphiques en trois dimensions

Le graphisme en trois dimensions est très visuel et très artistique mais il fausse les proportions par sa perspective. La partie avant d'un graphique circulaire (camembert) en trois dimensions paraîtra toujours plus grande qu'elle n'est réellement par rapport aux autres secteurs.

Ce mode de présentation est bien connu pour faire illusion sur les répartitions.

9. Eviter les transferts directs sur transparents par photocopie de documents écrits

Puisque la photocopie permet de transférer des images, des graphiques ou des tableaux d'un support papier à un transparent, la tentation est grande de reproduire ces illustrations et tableaux tels qu'ils ont été réalisés pour un document écrit papier.

Un graphique utilisé pour une présentation visuelle doit être plus simple et entre quatre à six fois plus gros que celui qu'on utilise dans un rapport écrit.

10. Ne mettre sur le premier transparent que : le titre, les noms des auteurs et le nom de l'orateur

Il est inutile de mettre le nom du séminaire ou de la réunion, la date de l'exposé ou voire même le che-

min informatique pour retrouver le fichier sur l'ordinateur. L'auditoire sait *a priori* à quel séminaire ou réunion il assiste, ainsi que la date. Inutile de préciser son intérêt pour le chemin informatique...

L'autre avantage de ne pas préciser ces informations est de pouvoir réutiliser ces transparents dans d'autres circonstances.

S'il faut préciser les organismes ou services des auteurs, cela sera fait oralement afin de ne pas surcharger le transparent.

La mention des coordonnées téléphoniques ou électroniques de l'orateur sur le transparent est toujours très appréciée.

11. Sur chaque transparent : le titre mais pas de numéro de page

S'il s'agit du troisième transparent sur les examens complémentaires d'un traumatisme abdominal, le titre du transparent pourrait être :

« Traumatisme abdominal : examens complémentaires (3) ».

Cela a l'avantage de guider l'auditoire dans le plan de l'exposé et d'éviter de mettre un numéro de page qui risque d'être trop près du texte, voire de le chevaucher.

12. Ne pas surcharger le transparent

Les transparents surchargés ont l'avantage d'aider l'orateur à ne rien oublier, mais cela fait « amateur ».

Plutôt qu'écouter, l'auditoire passe plus son temps à lire le transparent (tout comme l'orateur). Ne vaut-il mieux pas alors rentrer chez soi et lire tranquillement les transparents ?

13. Ne pas mettre plus de 10 à 12 mots par phrase

Contrairement à l'art de la composition écrite habituelle (rapport, mémoire, thèse...), la segmentation en phrases courtes ne nuit pas à la compréhension ni à la mémorisation du message.

14. Découper, découper et découper encore ses informations

Chaque transparent ne doit pas apporter plus de 2 à 3 messages importants. Sur le plan des informations livrées, chaque transparent doit être autonome. Il est très désagréable d'avoir la fin d'une information sur l'autre transparent ; un tel suspense est-il indispensable ?

Une pratique courante est de poser un cache sur le transparent afin d'empêcher le public de lire ce qui suit. Cette pratique d'une rare impolitesse est à proscrire parce qu'elle infantilise l'auditoire et montre l'incapacité de l'orateur à gérer ses supports transparents de manière optimale.

Il suffit de faire un autre transparent que l'on pose par dessus le premier et qui vient en complément.

15. Respecter l'unité dans la syntaxe utilisée

Si le choix s'est porté sur des phrases impersonnelles sans verbe conjugué (ex. : Au deuxième jour, survenue de...) ou au contraire sur des phrases complètes, tous les transparents doivent suivre ce choix.

Il en est de même pour le déterminant précédant le nom commun dans les plans de présentation.

Sont à éviter :

- a) **Les** résultats de l'E.C. G. ;
- b) Radiographies thoracopulmonaires ;
- c) Epreuve d'effort ;
- d) **La** scintigraphie.

Cependant, si un style dépouillé a été choisi, il ne doit pas être celui d'un télégramme.

La préférence doit être donnée à des phrases complètes car elles sont plus facilement mémorisables.

16. Eviter les fautes d'orthographe, de grammaire et de typographie

Les correcteurs automatiques informatiques sont loins d'être parfaits. Il est donc utile de faire relire ses transparents avant impression par un collègue fiable. Eviter sa mère (« *La présentation est géniale !* ») ou sa belle-mère (« *C'est nul !* »).

Certaines erreurs sont trop fréquemment retrouvées :

Monsieur s'écrit « M. » et non l'anglais « Mr. » pour mister ;

Kilogramme s'écrit « kg » et non « Kg » ;

Docteur s'écrit « Dr » sans le « . » à la fin ;

Professeur s'écrit « Pr. » avec le « . » à la fin ;

Le symbole du franc est « F » et non « Frs » ;

Le mot « espace » est féminin ;

Le verbe « pallier » est transitif ;

« Après que » est toujours suivi de l'indicatif et non du subjonctif ;

« Résoudre un problème » est correct, contrairement à « solutionner un problème » ;

« Se fonder sur » est correct, contrairement à « se baser sur »...

L'énumération superposée se présente de trois manières différentes [2] :

– soit le texte se poursuit directement : les premières lettres sont en majuscules :

Les principales théories sur les agents transmissibles non conventionnels sont :

- La théorie du virus lent ;
- La théorie du prion ;
- La théorie mixte.

– soit l'énumération débute par un numéro suivi d'un point : les premières lettres sont en majuscules :

Les principales théories sur les agents transmissibles non conventionnels sont :

1. La théorie du virus lent ;
2. La théorie du prion ;
3. La théorie mixte.

– soit l'énumération débute par un tiret : les premières lettres sont en minuscules :

Les principales théories sur les agents transmissibles non conventionnels sont :

- la théorie du virus lent ;
- la théorie du prion ;
- la théorie mixte.

A noter le « ; » à la fin de chaque membre de l'énumération et le point à la fin du dernier.

17. Savoir écrire les nombres [2, 3]

L'âge : s'écrit en toutes lettres mais la durée de vie s'écrit en chiffres arabes.

A l'âge de quarante-cinq ans, il a présenté les premiers signes cliniques et a dû être hospitalisé. Mais durant les 6 dernières années de sa vie, il a vécu à son domicile auprès de sa famille et de ses proches.

La date : le jour s'écrit en chiffres arabes, le mois en lettres minuscules et l'année en chiffres arabes. A noter que « 1997-1998 » est correct ; « 1997-98 » ou « 1997/98 » sont incorrects.

La durée : s'écrit en lettres sauf s'il y a comparaison de durées ou complexité.

Il a fallu une heure de transport avant d'arriver à la maternité de niveau 2 la plus proche.

Mais : La réanimation a duré 1 heure, 12 minutes et 27 secondes.

L'heure : s'écrit en lettres si elle n'est pas précise.

Le patient est arrivé à la clinique vers les quinze heures. A la fin des premiers examens, il était 15 heures 45 minutes.

La fraction : s'écrit en lettres sauf lorsqu'elle prend une valeur mathématique.

Il a vidé son verre aux deux tiers.

Le titrage est au 1/500. (à noter l'absence de l'exposant « e, me, ième »).

Les mesures et les degrés : s'écrivent en chiffres arabes.

La longueur de la pièce est de 36 mètres.

La température de la pièce est 24° Celsius.

Mais, exception, on écrit en toutes lettres : brûlure au (deuxième) troisième degré.

Les numéros de congrès, de réunions, de siècles, d'actes et scènes de cinéma : s'écrivent en chiffres romains en grandes capitales.

Les numéros de téléphone : s'écrivent en chiffres arabes en respectant 5 groupes de 2 chiffres séparés

uniquement par une espace sans tiret, point ou barre.

Les pourcentages : s'écrivent en chiffres arabes avec une espace insécable entre le nombre et le symbole %.

Les prix et les sommes : s'écrivent en chiffres arabes groupés par trois avec une espace séparant chaque trio.

18. Eviter les acronymes et les abréviations

Les acronymes et les abréviations n'ont pas la même signification pour tous, c'est pourquoi si le choix de les utiliser a été fait, leur sens exact doit être précisé.

Même si une abréviation a été précisée dès le départ, au bout du vingtième transparent, il faut avoir une véritable mémoire eidétique pour s'en souvenir.

III. L'ORATEUR, LUI-MÊME

1. L'aspect physique

L'apparence est importante car elle va apporter du crédit à ce qui va être présenté.

Les circonstances préciseront la nature vestimentaire (costume ou habits de ville). Lors du choix de sa tenue vestimentaire, une attention particulière doit être portée au fait qu'un rétroprojecteur dégage de la chaleur.

2. Ecrire tout ce qui sera dit

Afin d'éviter les « Heu... » ou les tics verbaux « n'est-ce pas... ? », il est important d'écrire *in extenso* son exposé et de l'apprendre par cœur. C'est ce que font tous les grands communicateurs. Les plaisanteries « spontanées » des hommes politiques ont été écrites par leurs conseillers...

La part de l'improvisation doit être minimale. La connaissance de ce texte (mémorisé et maintes fois clamé et déclamé) diminue considérablement le trac. L'automatisme engendré passera pour de l'aide d'élocution.

3. Parler lentement comme un simple d'esprit

Paradoxalement, il est très difficile de parler lentement. Il est tentant de parler pour en finir vite ou pour partager très vite les informations (cas des passionnés). S'exercer en répétant son texte permet de trouver la vitesse lente adaptée à son tempérament.

Parler lentement, et donc articuler, permet d'être compris de tous et démontre la faculté de gérer son temps.

4. Préparer un résumé des derniers chapitres de la présentation pour le cas d'un dépassement d'horaire

Dans la plupart des manifestations, le retard accumulé provient des discours de bienvenue et d'ouverture beaucoup trop longs. Les discours de cinq à dix minutes deviennent des monologues de trente à quarante minutes. Afin de rattraper le temps perdu, les organisateurs pressent les intervenants en diminuant leur temps de parole.

En cas de dépassement du temps de parole, la pire des choses serait de bafouiller sa conclusion en deux ou trois secondes. D'où l'intérêt d'avoir préparé un résumé des derniers chapitres de la présentation.

Ce résumé ne doit pas prendre plus de trois minutes.

5. Éviter d'abuser du pointeur laser

Le pointeur laser permet d'attirer l'attention sur un point précis. Il sert notamment à expliciter un organigramme ou un logigramme.

Le pointeur laser ne doit pas servir à dessiner des courbes, des zébrures ou des ellipses. A la longue, l'effet obtenu est souvent proche d'un mal de mer.

Pour des raisons d'audibilité, lorsque le présentateur est dos au public afin de pointer le laser, il ne doit pas parler.

6. Créer un climat de sympathie et stimuler l'émotion

Les techniques nord-américaines du marketing social recommandent [5] :

a) de créer un climat de sympathie :

- soyez détendu (ou du moins paraissez-le en souriant) ;
- n'hésitez pas à vous moquez un peu de vous-même ;
- montrez votre côté humain en racontant des anecdotes touchantes ou drôles de la vie quotidienne ;
- illustrez vos points à l'aide d'histoires tirées de votre propre expérience ;
- évitez de faire trop étalage de vos compétences et réalisations (éviter également de paraître arrogant) ;

b) de stimuler l'émotion :

- allez chercher votre auditoire (adressez-vous à son intelligence, à son cœur, à ses valeurs profondes) ;
- ayez recours à des exemples très concrets et susceptibles de toucher ;
- utilisez des images, des musiques ou des enregistrements de témoignages très évocateurs ;
- ne craignez pas de révéler les raisons pour lesquelles l'enjeu vous touche de façon personnelle ;

– laissez-vous aller..., laissez votre corps exprimer ce que vous ressentez vraiment.

L'humour doit être parfaitement dosé. Il ne doit pas trop détendre l'atmosphère car l'attention chuterait.

Éviter également les propos provocateurs car l'auditoire retiendra le sujet de polémique et non pas les nuances exprimées au cours de la présentation.

7. Ne jamais tourner le dos au public

Les règles du savoir-vivre imposent de ne pas tourner le dos aux personnes. Il en est de même lors d'une présentation.

Certains spécialistes de la communication assimilent le public à des fauves et l'orateur à un dompteur. Celui-ci ne tourne jamais le dos à ses animaux.

Rester face au public permet de garder une audibilité constante de ses propos et leur donne de la force.

Pour les personnes ayant du mal à se souvenir du contenu des transparents, il est conseillé, non pas de lire le transparent à même le rétroprojecteur (car souvent illisible du fait de la réverbération), mais plutôt de lire le tirage papier du transparent que l'on aura disposé devant soi.

IV. LE VRAI SECRET D'UNE PRÉSENTATION RÉUSSIE : SON CONTENU

Malgré tous les efforts techniques de réalisation des transparents, la présentation sera un échec si le contenu est désastreusement banal, ou pire : faux. Car il existe une règle immuable : il y a toujours un fâcheux dans l'assistance pour remarquer le détail qui tue ou pour connaître une information de même portée.

L'intérêt et la pertinence du sujet présenté sont donc les premiers éléments de la réussite d'une présentation...

RÉFÉRENCES

1. Maisonneuve H. *La rédaction scientifique. Cahiers Santé* 1991; 1:325-6.
2. Griselin M, Carpentier C, Maillardet J, Ormaux S, Larcher C. *Guide de la communication écrite. Paris : Dunod ; 1997.*
3. *Lexique des règles typographiques en usage à l'Imprimerie nationale. Paris : Imprimerie nationale ; 1990.*
4. Richaudeau F. *La lisibilité. Paris : Retz ; 1976.*
5. Lagarde F. *Marketing social (Codex ASA 6132). Administration de la Santé. Montréal : Université de Montréal ; 2000.*