

Huit conseils pour capter votre auditoire

- **Avant de lire votre discours en public, assurez-vous d'en apprendre les grandes lignes par cœur**, notamment l'introduction et la conclusion, et assurez-vous que le texte contient au moins un trait d'humour de bon goût.
- **Entrez avec autorité sur l'estrade, la tête droite et les épaules redressées.**
- **Commencez par sourire à l'auditoire, le remercier de sa présence et remercier aussi toutes les personnes qui doivent l'être (organisateurs, dignitaires, etc.).**
- **Dites l'introduction avec force en regardant le public** – vous n'avez pas besoin de la lire puisque vous l'avez apprise. Les 30 premières secondes d'un discours sont décisives.
- **Faites une pause après chaque paragraphe en regardant les auditeurs, et non le décor autour d'eux.** Essayez de le faire aussi une fois ou deux durant votre lecture de chaque paragraphe. Quand vous regardez les gens, ne fixez pas les mêmes personnes; variez votre regard pour qu'il finisse par couvrir toutes les « régions » de la salle.
- **Ne restez pas statique derrière votre pupitre; bougez un peu.**
- **Ne tournez pas le dos au public lors d'une présentation de transparents ou de diapositives.**
- **Terminez par un regain d'énergie, sur l'idée force de la conclusion et un appel à l'action.**

3. La structure d'un bon discours selon le MAAARO*

« Une fois que vous avez trouvé vos renseignements, commencez par faire un plan détaillé de votre allocution. Un bon discours comprend une introduction, un développement et une conclusion. Organisez votre texte de façon qu'il soit facile à suivre, à comprendre et à accepter. L'orateur doit aider l'auditoire et non l'épuiser.

Le développement, qui représente la partie la plus longue du discours, décrit le *où*, le *quand*, le *comment* et le *pourquoi* du sujet. Il doit suivre un ordre logique afin que l'auditoire ne soit pas perdu ou confus. En choisissant trois ou quatre points importants et en les étoffant quelque peu, l'orateur peut développer une idée principale. Utilisez les

points les plus importants de votre recherche. Il se peut que vous deviez garder quelques renseignements pour la période de questions et réponses ou pour un autre moment.

La conclusion est un résumé des points principaux du discours. C'est votre dernière chance de faire impression auprès de votre auditoire. Il se peut que vous vouliez provoquer une réaction chez l'auditoire ou faire appel à lui pour des considérations futures. On ne doit pas inclure de nouveaux renseignements dans la conclusion.

L'introduction prépare l'entrée pour le corps du discours. Elle met l'auditoire à l'aise pendant que vous l'informez du sujet. Elle peut comprendre une citation, une question, un fait ou une idée qui sort de l'ordinaire. C'est l'amorce.

Vous devriez rédiger votre discours selon l'ordre présenté ici, c'est-à-dire en débutant par le développement et en terminant par la conclusion. Il est beaucoup plus facile d'écrire l'introduction si vous savez ce dont vous allez parler. C'est pourquoi, on l'écrit en dernier lieu. »

* Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario. Ce texte provient du site <http://www.omafra.gov.on.ca/french/rural/facts/88-020.htm>.

Trois sites intéressants

1. **History and Politics Out Loud (HPOL).** Ce site en anglais est le fruit d'une collaboration entre l'organisation National Endowment for the Humanities et l'Université du Michigan. Il présente notamment de grands discours du XX^e siècle en version audio. Franklin D. Roosevelt, Churchill, les Kennedy, Martin Luther King, Bill Clinton... Laissez-les vous parler haut et fort! <http://www.hpol.org/>.
2. **Les plus beaux discours.** *Mes amis, au secours... Une femme vient de mourir gelée, cette nuit à trois heures, sur le trottoir du boulevard Sébastopol, serrant sur elle le papier par lequel, avant-hier, on l'avait expulsée...* Ce sont les premiers mots du célèbre appel de l'Abbé Pierre aux Français lors de l'hiver 1954. Les textes de ce discours, ainsi que de bien d'autres, de Gandhi à Sarkozy, en passant par de Gaulle et Benoît XVI, sont disponibles en français à <http://pagesperso-orange.fr/rhetorique.com/>.
3. **La Ligue des cadets de l'Air du Canada.** Vous trouverez sur ce site un véritable et très pertinent court sur l'art d'écrire des discours et de les prononcer. Contenu selon le type de discours, organisation, techniques ainsi que style et trucs pour une

élocution efficace.

http://www.aircadetleague.com/Cadet/Speaking/speaking_guide_f.html.

Mes ressources

- **Agence de publicité.** Vincelli Communications, une agence réputée de communication et de production multimédia, offre toute la gamme des services pour entreprises : stratégie de marque, imprimés, organisation clés en main d'événements, production vidéo et solutions par les technologies (commerce électronique, formation virtuelle, outils interactifs, applications propriétaires en ligne, sondages par Internet, etc). www.vincelli.com.
- **Consultation, coaching d'affaires, expertise en mentorat, ombudsman, médiation, formatrice en RP.** Voilà les forces de Monique Deviard. À www.moniquedeviard.com, découvrez ses services, l'originalité de son approche, des témoignages de clients prestigieux et deux chroniques intéressantes : *Pourquoi un bon dirigeant d'entreprise doit être aussi... politicien!* et *Pour tirer le meilleur parti de la diversité culturelle en organisation*.
- **Fournisseur d'accès Internet et d'hébergement.** B2B2C offre une palette complète de services réseaux Internet et privés aux secteurs résidentiels, des PME et des grandes entreprises. Vous en avez assez des interruptions de service et de vous laisser servir comme un numéro? Faites comme des milliers de personnes et d'organisations : adoptez B2B2C, qui donne des avantages à des conditions tout simplement imbattables! www.b2b2c.ca.