

Les techniques pour bien

A l'antenne, chaque mot et chaque geste comptent. Prêt pour une petite séance de «media training» ?

Une matinée entière de tournage pour seulement 1 minute 30 d'antenne au journal de 13 heures de Jean-Pierre Pernaut. Et tout ce qu'ont retenu les salariés de cette PME bretonne, c'est que le front de leur

patron brillait. «On ne m'y reprendra pas de sitôt», a lancé ce dernier à son attachée de presse. Mauvaise réaction. Car une prestation télévisée peut avoir un impact positif fort sur l'image d'une société. A condition de savoir s'y préparer.

Films institutionnels, journaux internes, interviews pour une émission ou un magazine d'actualités... les occasions de «passer à la télé» ne manquent pas, quel que soit votre niveau hiérarchique. Comme les hommes politiques, suivez un «media training». Vous apprendrez

à délivrer un message clair et concis, à éluder les questions gênantes et à vous montrer à l'aise face aux caméras.

Le jargon tue le message. Ayez d'abord à l'esprit que les téléspectateurs ne retiendront qu'une infime partie de vos propos. D'où la nécessité de travailler votre message afin de faire passer un maximum d'informations en un minimum de temps. Pour trouver le ton et les mots qui font mouche, mettez-vous à la place de l'auditoire. Il ne connaît rien à votre secteur ? Soyez pédagogue :

utilisez des mots simples, ne changez rien à votre façon de parler, mais évitez le jargon. Et soyez concret. Vous pouvez, par exemple, noter sur une fiche les principales idées que vous souhaitez faire passer, ainsi que les anecdotes, témoignages ou exemples qui illustreront vos arguments. Un chiffre significatif ou un pourcentage seront les bienvenus, à condition qu'ils soient évocateurs pour le plus grand nombre. Annoncer – même dans un film d'entreprise – que 1 987 mètres cubes de solvant

Les petits détails qui font la différence

Bannissez les tissus à rayures, qui créent un effet moiré désagréable, ainsi que les couleurs rouge satin et blanc, trop contrastées. Une fois installé, asseyez-vous sur le pan de votre veste pour lui éviter de bâiller. Vous avez chaud et le maquillage vous gêne ? Résistez à la tentation de vous éponger le front à l'antenne, les téléspectateurs penseraient que vous traversez un moment difficile. Et ne touchez pas au micro : c'est au technicien d'adapter sa puissance. Evitez aussi d'entrechoquer bagues, montres ou bracelets sur la table car cela crée des bruits parasites. Enfin, lorsque vous avez terminé, restez discret. Tant qu'on ne vous a pas enlevé votre micro HF, la régie peut suivre toutes vos conversations.



Look, couleurs, postures, maquillage... Face aux caméras, pas de place pour l'improvisation.

passer à la télé

sont stockés sur votre site de production ne parle qu'aux initiés. Mais si vous ajoutez que ce volume représente l'équivalent d'un bassin olympique, vous marquez un point.

Une fois vos informations rassemblées, classez-les par ordre d'importance décroissante. Ce qui intéresse le journaliste, c'est ce que vos réponses apportent de neuf. Ainsi, même s'il vous coupe ou que le téléspectateur décroche au bout de vingt secondes, le message essentiel sera passé.

Attention, ne confondez pas votre interview télévisuelle avec un spot publicitaire. Placer le nom de votre société aussi souvent que possible ou dénigrer les concurrents n'aura d'autre effet que d'agacer votre auditoire et les journalistes. En revanche, si vous jouez le jeu et restez sobre, vous pourriez devenir un « bon client » pour les rédactions. En fonction de l'actualité, elles n'hésiteront pas à vous rappeler afin d'obtenir votre éclairage en tant qu'expert ou votre témoignage de professionnel.

L'art de la diversion. Deuxième difficulté de l'exercice : on ne va pas vous laisser débiter tranquillement votre discours. Vous allez être sans cesse interrompu ou contredit. Dans cette situation, trop de gens ont le sentiment de se retrouver comme un élève devant un professeur ou comme un suspect devant un inspecteur de police. Il existe pourtant des techniques pour ne pas se laisser enfermer par une question piège. Par exemple, ne répondez pas du tac au tac, mais cherchez à rebondir pour reprendre le fil de votre raisonnement et faire passer votre

message essentiel. Inspirez-vous des techniques des hommes politiques, elles ont fait leurs preuves. Voyez Jack Lang, par exemple : après une question délicate, il observe toujours un léger temps de réflexion, qui le met en position de « sage ». Il y a aussi le style « pédago » à la Giscard. Lorsqu'un journaliste lui pose une question un peu longue, l'ancien président de la République réplique : « Il y a plusieurs aspects dans votre question... » avant d'aborder celui qui lui convient le mieux. Plus offensif, le style Sarkozy : « J'attendais cette question, elle me donne enfin l'occasion de faire le point sur ce sujet. »

Toucher la corde sensible. Ces vieux renards ne sont pas les seuls à avoir de bons réflexes. Dans votre entourage, vous avez sûrement un collègue qui emploie à tout bout de champ des expressions charnières du genre : « Je crois que la vraie question est... », formule qui permet de reprendre l'avantage. Ou qui excelle à rebondir en passant du général au particulier ou inversement : « Vous me parlez de Saint-Domingue, alors que nous avons plus de 300 destinations ! » Autre façon de noyer le poisson lorsque vous êtes gêné aux entournures par une question technique : jouer sur le registre affectif pour toucher la corde sensible. « Vous savez, la réglementation... Ce que je constate, c'est que, ce soir, 50 enfants peuvent dormir au chaud. » Imparable...

Si vraiment vous êtes coincé, pensez à dégainer votre joker : la phrase « omnibus ». Il s'agit

d'une expression passe-partout, du type « Cette question, c'est l'arbre qui cache la forêt », qui vous permet de masquer votre embarras tout en éludant le sujet. Attention, vous n'avez le droit de l'utiliser qu'une fois.

Vous maîtrisez la rhétorique, bravo ! Mais connaissez-vous les règles de conduite à respecter sur un plateau ? En voici trois, fondamentales : toujours regarder celui à qui vous parlez (vous gagnerez ainsi en naturel) ; ne jamais céder à l'agressivité (cela se retournerait contre vous) ; garder à l'esprit que vous pouvez être filmé même lorsque vous n'intervenez pas (attention de ne pas vous laisser surprendre en train de bâiller ou de vous gratter le nez).

Reste le trac, auquel vous n'échapperez pas. Trombone trituré, main devant la bouche quand vous parlez ou transpiration excessive trahissent votre stress. Désastreux en termes d'image. Pour le conjurer, parlez plus fort. Cela vous permet

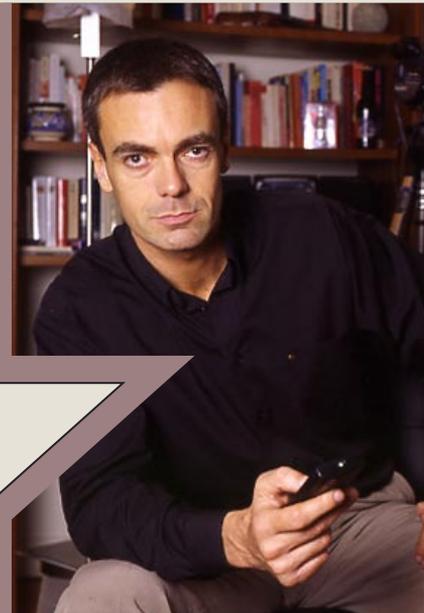
Arrivez détendu sur le plateau : le téléspectateur va vous juger dès les premières secondes

tra de mieux articuler, de donner plus d'impact à votre voix et de varier le ton. Essayez aussi de ralentir le rythme de votre diction. Si votre débit est trop rapide, vous allez transmettre votre malaise à ceux qui vous regardent, car vous donnerez l'impression de vouloir abrégé votre calvaire.

Respirez, relâchez ! Profitez des derniers réglages techniques pour mobiliser votre corps et votre esprit. Voici deux exercices qui, pratiqués régulièrement, vous permettront de faire baisser la tension en quelques minutes. En position assise, commencez par vous con-

centrer sur votre respiration afin qu'elle devienne profonde et régulière. Inspirez de la narine droite et expirez de la narine gauche, puis inversez, en répétant plusieurs fois l'exercice. Ensuite, relevez-vous. Entraînez-vous à inspirer à fond puis à bloquer votre respiration. Simultanément, contractez vos muscles et ressentez en quels points se fixe la tension : épaules, bras, main, cuisse, pieds... en bloquant le plus longtemps possible. Lorsque vous n'en pouvez plus, relâchez. Expirez et dénouez chacun de vos muscles. Sensation de bien-être garantie.

De l'avis de tous les professionnels, arriver détendu à l'antenne donne immédiatement plus de présence. Une gestuelle ouverte, un visage souriant, des attitudes et un débit naturels permettent de faire très vite bonne impression sur l'auditoire. Or il suffit de quelques secondes à un téléspectateur pour se forger durablement une opinion. ■



Par Daniel Murgui-Tomas
Fondateur du cabinet
DMT Conseils,
intervenant à l'Institut
français de gestion