



Le comédien Jacques Weber invité à la Conférence Berryer, concours d'éloquence du palais de justice de Paris.

## L'art oratoire, utile ou bullshit ?

# L

«La bise va-t-elle s'arrêter avec le Covid ?» C'est sur ce thème d'actualité que Romain Facq, 26 ans, ingénieur concept en électronique chez Safran, a cartonné devant un jury de professionnels réunis pour la finale du concours d'éloquence de l'École de l'art oratoire, en juillet. En sept minutes, cet ingénieur a remporté le morceau haut la main. «C'est au Canada, pendant mes études, que j'ai découvert la passion des joutes oratoires, raconte-t-il. Depuis, je n'ai cessé de pratiquer à titre personnel, mais c'est un hobby qui m'est utile aussi dans mon travail. Au quotidien, je n'ai pas souvent l'occasion de m'adresser à un large public. Mais chaque jour, j'interagis avec des collègues et des

---

On ne naît pas bon orateur, on le devient. Les cadres l'ont compris, qui se ruent dans les cours et concours d'éloquence en plein boom.

---

collaborateurs. Travailler cette compétence m'aide à mieux communiquer, mieux écouter et comprendre leurs besoins.»

*Le Brio, A voix haute, Le Grand oral* sur France 2... Au cinéma et à la télé, l'éloquence sort de sa réserve. Et le monde professionnel s'empare du sujet. Alors que les cours d'art oratoire se multiplient à destination des cadres, les concours d'éloquence ne sont plus réservés à quelques orateurs passionnés, mais fleurissent au sein même des entreprises. Orange et L'Oréal en organisent régulièrement. Raisons de cet engouement : «Avec la crise sanitaire, les collaborateurs ne sont plus nécessairement sur site. Les managers ne savent plus comment leur parler, ni quoi leur dire. Or pour inspirer, il faut rassurer. Et on ne rassure pas



en envoyant des mails. Seuls la voix et le corps en sont capables», analyse Charlie Clarck, directeur associé chez [Whistcom](#), formateur en stratégie orale. Pour Laura Sibony, fondatrice de l'École de la Parole, si les cours d'art oratoire se développent, c'est aussi «parce qu'il s'agit de l'une des soft skills les plus transverses». «Les hard skills sont de plus en plus vite obsolètes. Développer sa compétence oratoire devient primordial pour négocier, communiquer et se faire entendre», reprend la formatrice. Même son de cloche chez Orange où l'on souligne que «cette compétence peut faire la différence dans un monde professionnel où la communication est clé. Il est essentiel de savoir partager ses idées, ses convictions pour embarquer autour de soi une équipe dans la réalisation d'un projet.» Bien sûr, les participants à ce type de formation ont aussi à cœur de savoir manier la langue, de convaincre... voire un désir personnel de briller. Mais si ces cours d'art oratoire et autres concours d'éloquence ont le vent en poupe, c'est que l'on sait désormais qu'être un bon orateur n'est pas nécessairement un talent inné. «En début de formation, les participants insistent tous pour garder leur naturel, y compris leurs défauts, explique Charlie Clarck. Notre job est de leur montrer que rester naturel quand on prend la parole requiert la maîtrise de certaines techniques. Au risque de polluer son discours par des éléments négatifs, des gestes parasites.» Bref, savoir parler en public s'apprend et peut rapporter gros.

### Incarner un rôle

Dans les cours d'art oratoire, on enseigne donc des techniques, des lois, des tips, des clés... qui vont aider chacun à améliorer son éloquence. «L'art oratoire n'est pas un art pour se mettre en avant mais pour se mettre en action. Un bon orateur politique déclenche des votes en sa faveur. Un manager bon orateur engage son équipe vers des objectifs collectifs», illustre Jean-Marc Moret, directeur général de l'École de l'Art Oratoire. Dans ces cours ouverts aux plus timides aussi bien qu'aux orateurs chevronnés, on apprend à «prendre en charge son public». «Lors d'une prise de parole, la star ce n'est pas soi mais l'auditoire. Il ne faut donc pas parler de soi, mais de l'autre, des autres», insiste Charlie Clarck. Et ce, qu'on intervienne en one to one ou devant des centaines de personnes.

On y apprend aussi à maîtriser d'autres aspects de la communication interpersonnelle. Ainsi, ce n'est pas pour vaincre sa timidité ou une difficulté à parler en public qu'Elsa Huvet, responsable talent management et projets RH chez Sodexo, a suivi le parcours Orality dispensé par [Whistcom](#). «Je voulais travailler

sur l'impact de ma communication, raconte-t-elle. J'ai tendance à être cash, parfois un peu trop ! Je voulais donc m'assurer du bon niveau de compréhension de mes interlocuteurs.» En octobre 2020, elle se lance dans ses 20 heures de formation et apprend les méthodologies de prise de parole en public. «Maîtriser les techniques du silence, du regard et de la gestuelle m'aide à acquérir de la liberté et de l'aisance lors de mes interventions. Je prends mieux en compte mon public», analyse-t-elle. Charlie Clarck confirme : «Dans une prise de parole en public, la gestion des silences est capitale. Nous avons tous tendance à vouloir combler les «blancs» dans un discours. Il faut au contraire laisser des silences et les gérer.»

Les participants apprennent à «servir un personnage» et non leur propre personne. «C'est une bonne nouvelle car cela protège l'individu et facilite la prise de parole des plus timides. On donne à voir sa fonction. On incarne par exemple le management à travers ●●●

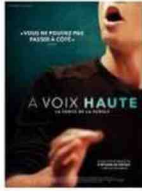


**AMINATA KEITA**  
Responsable  
communication interne  
chez Orange Guinée

### «Je ne cède plus ma place quand il s'agit de prendre la parole !»

C'est en 2019 qu'Aminata Keita remporte le concours d'éloquence proposé en interne à tous les communicants d'Orange. «Au départ, je ne voulais pas y participer car j'avais peur de ne pas être à la hauteur ! Et puis mon manager m'a convaincue», raconte-t-elle. Voilà donc la jeune femme lancée dans les sélections qui la porteront jusqu'à la finale, à Paris, qu'elle remporte haut la main devant une salle de 100 personnes. «Jusqu'au bout, j'ai cru ne pas y arriver. Après les délibérations, quand on m'a appelée pour la première place, j'ai crié de toutes mes forces», rigole-t-elle

aujourd'hui. Un cri salvateur qui porte encore ses fruits. En effet, depuis sa victoire à ce concours d'éloquence, Aminata Keita ne cède plus sa place quand il s'agit de prendre la parole dans son boulot. Elle a également profité du concours pour étoffer son réseau au sein du groupe, au point de devenir la micro-influenceuse officielle de la communauté des communicants d'Orange. «Je relaie volontiers les posts des uns et des autres sur les réseaux sociaux. Et quand des collègues ont des besoins qui concernent l'Afrique, je m'occupe des mises en relation», ajoute-t-elle.



«A voix haute», sur le concours Eloquentia de Saint-Denis : un vibrant plaidoyer pour le pouvoir émancipateur de la parole.



«... une posture, un ton, une écoute», insiste Jean-Marc Moret. Enfin, les pros de l'art oratoire enseignent les astuces pour tenir bon sur scène, même par gros temps: lumière qui lâche, ordinateur qui plante, interruption d'un «troll»... Il faut savoir réagir!

Boostés par leurs stages, gonflés par une victoire en concours d'éloquence, ces orateurs gagnent en confiance. Et deviennent potentiellement plus «bankables». «En réunion, je suis plus audible et mes idées ont davantage d'impact», raconte Romain Facq. En poste depuis quatre ans chez Safran, il ambitionne de devenir un jour un expert technique reconnu dans son domaine. «Pour cela, il faut savoir transmettre. Etre à l'aise dans la prise de parole en public est un

atout», souligne-t-il. Elsa, elle, a été boostée par les réactions de son entourage. Lors d'une récente présentation commerciale, on lui a signalé qu'elle était bien plus percutante. «Cela a des conséquences positives sur les dossiers que l'on me confie. Et je suis davantage invitée à des comités de direction afin de porter des sujets», apprécie-t-elle.

L'engouement pour les concours d'éloquence en fait enfin un moyen assez sûr pour booster un réseau. Les orateurs revendiquent désormais leur pratique «à voix haute». Pour la première fois, les stagiaires de l'École de l'Art Oratoire ont ainsi créé un réseau d'anciens. Oussama Abbou (lire encadré), fondateur de Smart Prospective, agence de publicité en ligne, et adepte des concours d'éloquence, confirme que ces tribunes lui ont permis d'étoffer son carnet d'adresses. Certains stagiaires vont même jusqu'à demander des certifications afin de les insérer sur leur profil LinkedIn. Quant aux gagnants des concours d'éloquence, tous signalent leur victoire sur leur profil, voire sur leur CV. Certes, ces concours ont aussi leurs limites. «L'art oratoire relève du théâtre. Or, en entreprise, jouer la comédie ne devrait pas avoir sa place. Il faut des discours clairs, convaincants et transparents, note Charlie Clarck. D'autre part, dans les concours d'éloquence, les participants connaissent les thèmes à l'avance et ont le temps d'y réfléchir. Au quotidien, un manager doit au contraire être capable de répondre de manière immédiate et spontanée.» Mais si vous avez résisté aux sarcasmes impitoyables du jury de la Conférence Berryer, l'un des plus redoutables challenges d'éloquence, c'est déjà un bon début!\*

► Par Sylvie Laidet

**LO UN CONCOURS DE PITCHS POUR RENOUER LE DIALOGUE EN INTERNE**

En écoutant ses collaborateurs parler avec les clients, Oussama Abbou, fondateur de Smart Prospective, décèle une carence de communication au sein de la force de vente de sa boîte. «A cela s'ajoutaient des échanges chaotiques entre nos développeurs et les équipes de vente. Faut de savoir exposer clairement leurs idées, ils parlaient parfois de la même chose sans arriver à se mettre d'accord.» Pour y remédier, cet adepte des joutes d'éloquence met sur pied un concours de pitchs en interne. Après des exercices d'élocution, de diction, d'improvisation, les participants se voient confier un thème à défendre devant les autres salariés. Tout le monde se prend au jeu. Aujourd'hui, la communication a gagné en fluidité. «Avec ce concours, on a planté une graine. Maintenant il faut entretenir ce goût de l'éloquence», conclut-il.

