

# Communiquer



# Efficacement



Comme le dit l'écrivain Bernard Werber « *Entre Ce que je pense, Ce que je veux dire, Ce que je crois dire, Ce que je dis, Ce que vous avez envie d'entendre, Ce que vous entendez, Ce que vous comprenez... il y a dix possibilités qu'on ait des difficultés à communiquer. Mais essayons quand même...* »

Communiquer ouvre un univers d'infinies possibilités. Nous ne pouvons pas ne pas communiquer. Et nous le faisons de différentes manières : par les mots, les gestes...

Il est ici question plus particulièrement de la prise de parole. Souvent synonyme de stress, d'anxiété, elle peut s'avérer une véritable épreuve.

Ce guide est fait pour vous apporter des outils concrets. Résolument pratique, il se veut un partage de mon expérience et mon expertise.

Plus particulièrement orienté sur la communication en politique, il s'adresse à tous ceux qui envisagent de se lancer dans cette aventure ainsi qu'à ceux qui y sont déjà. Avec un objectif : adopter des attitudes confortables pour intervenir avec aisance.

En un mot : optimiser votre potentiel !

A travers ce guide, vous découvrirez les bases de toute prise de parole, l'organisation et les ressorts d'une réunion publique, la bonne pratique des médias.

C'est par une mise en application régulière que vous vivrez le changement. Au – delà de sa simple lecture, ce guide vous invite donc bien à l'action.

Alors, en Route ?...

NB : Merci de noter que ce guide n'est accessible que via le site [www.enrouteverssoi.fr](http://www.enrouteverssoi.fr) et d'en respecter le Copyright.



# Sommaire

## La prise de parole

### Les Bases

#### ➤ Le non – verbal

- **Posture**, stable dans son corps / stable dans sa tête
- **Gestes** « *je bouge donc je suis* »
- **Visage**, vecteur d'émotions
- **Regard** « *regarde – moi quand je te parle* »
- **Déplacements**, l'espace est à Vous

#### ➤ Le para – verbal

- **La voix**, donnez – lui du caractère
  - Intensité
  - Intonation
  - Timbre
  - Débit
- **La respiration**, alliée de votre voix
  - Quand le silence est d'or
- **La diction**

#### ➤ Le verbal ou le choix des mots

## La tenue d'une réunion publique

#### ➤ En amont

- **Les questions à régler**
- **Préparer son intervention**
  - 3 points majeurs
  - L'ossature d'une prise de parole ou « la tête, le cœur, les tripes »
  - Maîtriser sa communication verbale
  - S'entraîner
  - Etre la femme ou l'homme de la situation



➤ **Face au public**

- **En chemin**
- **L'entrée**, le club des 5
- **L'intervention**, le spectacle c'est Vous !
- **La sortie**

➤ **Compléments**

- **Le trac**, et si l'ennemi c'était vous ?
- **Echanges avec la salle** « *j'ai les réponses, qui a les questions ?* »
- **Improviser**, préparez – vous !
- La méthode du POM KISS

## **La pratique des médias ou comment être un « bon client »**

➤ **L'entretien médias**

- **Se préparer**
- **L'entretien**, rester maître à bord

➤ **Le communiqué de presse**, les bases

➤ **Le débat**, convaincant et cohérent

➤ **La campagne en hyperbref**

## **Annexes**



# La prise de parole

Savons – nous communiquer ou échangeons – nous des informations ?  
Et même si nous savons communiquer, nous ne sommes pas de bons orateurs de façon innée. Bonne nouvelle ! : ça s'apprend.

L'aura, le charisme, tous ces attributs fantastiques que l'on donne à telle ou telle personnalité sont la plupart du temps le fruit d'un travail, d'un apprentissage.

La prise de parole, ça se travaille au même titre qu'une discipline sportive ou artistique.

La 1<sup>ère</sup> des choses - et la plus importante - : se sentir LEGITIME

Vous êtes à votre place ! Il est important de se positionner en fonction de ce que vous êtes et non des autres ou de jugements extérieurs.

Estime, Affirmation, Confiance, voilà sur quoi repose la prise de parole

Dans quels buts communiquons- nous ? Les 4 missions d'un message :

- Capter l'attention (être entendu, écouté)
- Etre compris
- Convaincre
- Qu'il en reste quelque chose

Un rappel tout d'abord :

- 55% de la communication est non –verbale (gestes, posture)
- 38% dite para-verbale (voix, intonation, débit...)
- et seulement 7% pour le verbal (les mots)

On pourrait presque aller jusqu'à dire que l'important, ce n'est pas ce que vous dites mais comment vous le dites...

Donc, avant de prendre la parole en public, je vous invite à faire un travail en amont sur les bases : votre gestuelle, votre respiration, votre voix, votre diction.

Le but de ce travail n'est pas d'être quelqu'un d'autre mais au contraire, d'être soi – même efficacement, d'assurer une présence, d'abaisser son trac, d'optimiser son potentiel.



## Les bases

### ➤ Le non – verbal

Tout votre corps parle. Il faut quelques secondes à vos interlocuteurs, sans mots, pour qu'ils se fassent une idée de vous à travers votre posture, votre regard, votre voix...

- **La posture** : stable mais non rigide car

PAS STABLE dans son corps = PAS STABLE dans sa tête

Plus votre corps sera libre, plus votre parole coulera avec aisance.

Si vous intervenez debout, adoptez une posture basée sur les éléments suivants : jambes bien ancrées au sol, légèrement écartées de la largeur des hanches, dos droit, bras le long du corps, épaules relâchées.

Pour les femmes, il est plus pertinent et esthétique d'avoir les pieds rapprochés l'un de l'autre ou de porter un pantalon.

Veillez à ne pas sautiller ou faire l'essuie – glace.

Si vous êtes assis, installez - vous sur la moitié avant du siège et non au fonds du siège, pieds non croisés, avant bras peu appuyés sur la table pour pouvoir rythmer le discours par des gestes



*Astuce* : Avant une prise de parole, debout, inspirez, tout en retenant votre respiration quelques secondes, serrez vos poings et contractez tout votre corps, expirez fortement tout en relâchant votre corps.

*Plus la tension sera forte, plus forte sera la détente.*

- **Les gestes** : « Je bouge donc je suis ! »



Avez – vous remarqué ? : il suffit de prendre la parole pour que l'on s'aperçoive soudainement que l'on a 2 mains... Et là, vous ne savez plus quoi en faire : les caresser, les cacher, les tripoter, les croiser ? Que faire de ces 2 choses bien encombrantes ?



Nous avons tous vu des orateurs, bras croisés. Et même avec un excellent discours, il y a un truc qui cloche...

Pour autant, faire des gestes n'est pas gesticuler. Les gestes, les mains accompagnent les propos.

Nous communiquons nos idées plus efficacement quand nous les ponctuons de gestes.

Les gestes doivent être en harmonie avec les propos. Cela s'appelle la CONGRUENCE : accord des émotions, gestuelle et propos



*Peut-être vous vous souvenez de Valérie Rosso Debord qui, au soir du 2<sup>e</sup> tour de la Présidentielle, assurait au journaliste croire encore à la victoire de Nicolas Sarkozy tout en faisant « non » avec la tête...*

*Ou encore de François Bayrou avec ses discours souvent offensifs et en même temps, une attitude perçue comme trop intérieure, trop neutre*



Livres de G. Chetochine – DVD « Coupez le son – Le charisme politique »

### Les Gestes à éviter

Gestes bas : bras, épaules qui tombent vers le sol

Gestes « autistes » : tournés vers vous et non vers vos interlocuteurs

Gestes de « clôture » : censés vous protéger, ils vous ferment (bras croisés, mains derrière le dos)

Gestes répétitifs : tics, gestes de nervosité (stylo ou autre objet)

Gestes d'auto contact : qui vous rassurent mais peuvent parasiter le message

Geste « washing machine » : mains qui se frottent version présentateur météo

### Les Gestes à adopter

Gestes ronds : signe de douceur, qui rassurent le public

Gestes extravertis : tournés vers l'auditoire (bras en avant, main tendue)

Gestes hauts : qui pointent vers le ciel (main, bras du vainqueur)

En bref, les mains sont ouvertes et expressives, les gestes hauts, ouverts, amples et plutôt tournés vers l'extérieur.



- **Le visage**, vecteur d'émotions

A savoir : le visage parle pour nous à 70%

Un orateur qui attire notre attention, c'est celui dont le visage est mobile c'est – à - dire capable d'utiliser toutes les parties de son visage (partie haute et partie basse).

Avant même de prononcer le moindre mot, affichez un visage ouvert et expressif.

### Le sourire

Je vous invite à sourire car le sourire est un signe de communication et il se transmet à vos interlocuteurs.

On sourie aussi (surtout) avec les yeux.

Les études du neurologue Duchenne ont montré que les sourires spontanés (authentiques) se distinguent des sourires volontaires (forcés) par la contraction du muscle orbiculaire de l'œil, contraction quasi impossible à provoquer volontairement.



Souriez donc sincèrement !

Comme toute émotion, le sourire a besoin d'être respiré. Il se construit plus particulièrement sur l'expiration.

1 vrai sourire = aussi avec les yeux (abaissment imperceptible entre la paupière mobile et le sourcil) – et sur l'expiration

1 sourire de convenance = uniquement avec le bas du visage

Le sourire est le seul langage non sonore que l'on entend. Y penser à la radio...

- **Le regard**, c'est de la considération

Regarder l'autre, c'est le reconnaître. Ne dit –on pas : « *Regarde moi quand je te parle* »

Contrairement à ce que l'on croit, regarder les gens supprime le trac.

C'est un stabilisateur d'émotions.

Par ailleurs, vous n'intéresserez pas grand monde si, la moitié du temps, vous avez les yeux rivés au sol ou au plafond...



Il est important de veiller à avoir un regard stable et non qui se balade (surtout face caméra). Un regard inspirant confiance et conviction.

La force d'un regard réside dans la mobilité des sourcils (froncer = autorité, relever = jovialité)



*Le meilleur exemple en la matière est Jacques Chirac*

Face à 3 types d'auditoire, je vous invite à adopter 3 types de regard :

- En face à face, maintenez le regard face à votre interlocuteur
- En réunion, regardez chacun de manière aléatoire sans tomber dans l'effet « tour de contrôle » pour impliquer et considérer chacun
- En grande salle, découpez l'espace en bande (voir le détail dans le paragraphe sur la tenue d'une réunion publique)

Dans les 2 derniers cas, le regard est posé environ 3 à 5 secondes sur chaque participant ou groupe. Il est appuyé et non furtif. Comme pour assurer votre position et valoriser vos interlocuteurs.

Le regard est un des éléments – clé de la conviction.

### • Les déplacements

Ne soyez pas statique ! Allez au-delà des traditionnels 50 cm2...

Simplement, une fois l'intervention amorcée, faites – en sorte de vous rendre accessible à l'auditoire. Le déplacement se fait toujours vers l'avant, vers l'auditoire.

Même en cas de pupitre, vous pouvez sortir du cadre et être innovant.



Je vous rappelle que le pupitre n'est pas un appui ni un paravent, ni même une bouée.

Vous avez tout intérêt à intervenir debout pour gagner en poids face à votre auditoire.

Enracinez – vous au sol (reprendre les explications du paragraphe précédent sur la posture)



Si la position initiale est assise, pensez à varier votre position en vous levant pour (re)capter l'attention. Installé sur la moitié avant du siège, le dos est droit, tête haute, les avant-bras mobiles, mains décroisées, pieds au sol.

Si vous ne pouvez pas vous déplacer physiquement (contraintes diverses), vous pouvez faire une « avancée mentale » par un mouvement du corps en avant, un geste tendu, une expression déterminée.

Prenez possession de l'espace ! Se déplacer capte et maintient l'attention de l'auditoire.



En conclusion :

Travailler l'assurance demande de se redresser, de relever la tête, de tenir le regard et d'ouvrir le corps.

Soyez convaincu pour convaincre !

Ainsi, le non – verbal viendra renforcer le verbal. Communication inconsciente perçue par vos interlocuteurs, il doit être le reflet de votre communication verbale.

Je vous invite à travailler devant un miroir ou une caméra ou webcam afin d'identifier les réglages à effectuer ou à vous faire accompagner de manière personnalisée par un professionnel.

## ➤ Le para – verbal

La façon dont vous allez dire les mots influence le sens qui en sera donné.

Dire « *j'ai passé une drôle de journée* » d'une voix alerte et souriante ou d'une voix triste n'aura pas le même sens.

- **La voix** : donnez – lui du caractère !

- L'intensité

Il ne suffit pas de parler, il est primordial d'être entendu...

1<sup>ère</sup> règle : parlez pour la personne assise au dernier rang.

- L'intonation

Autrement dit, le mouvement, le ton de votre voix.

Une voix monotone, monocorde, nous l'avons tous vécu, peut endormir l'auditoire en un rien de temps.



Un orateur qui s'exprime avec emphase, passion et qui joue sur les modulations de sa voix peut tenir un auditoire en éveil. Je vous invite à adopter une intonation de conviction.

Pour que le public suive, il est bienvenu que la voix monte et descende, qu'elle alterne (subtilement) les graves et les aigus comme presque « chantante ».

Quand vous affirmez quelque chose, parlez fort, articulez bien et ponctuez vos phrases. Quand vous exprimez une idée, utilisez plutôt le registre de la conversation avec un ton calme et une articulation souple.

La plus belle des phrases perd tout son intérêt et même tout son sens sans une intonation appropriée ou une force de conviction.

#### - Le timbre

Il peut être bienvenu de vous familiariser avec votre voix par l'utilisation d'un dictaphone car celle – ci peut vous surprendre (en cas d'utilisation de micro)

#### - Le débit

Souvent, on parle trop vite, notamment sous l'effet du stress. Il est pertinent d'apprendre à contrôler son débit.

Comme en musique, c'est le changement de rythme qui colore l'expression. Un bon débit, c'est environ 140 mots par mn. Au-delà, le public ne suit plus, en dessous, il s'ennuie.

Variez la vitesse, les moments de passion et ceux de calme (pause- accélération – ralenti)

Au cœur du discours, ralentissez et lors des points secondaires, accélérez.

Pour rassurer, souriez, ralentissez le débit et baissez le volume.

- **La respiration** : alliée de votre voix

Il existe 3 types de respirations : claviculaire, thoracique, abdominale.

C'est la dernière qui est adaptée à l'expression orale.

Innée, c'est la première que nous pratiquons et ensuite, nous l'oublions au profit des deux autres.





Exercice de base : Une main sur le ventre, inspirez en gonflant le ventre, expirez en relâchant progressivement et profondément. Vous pouvez aussi légèrement appuyer votre main sur votre ventre pour accompagner le mouvement

La respiration abdominale permet d'abaisser le trac. C'est celle qui calme.

La respiration permet aussi d'avoir un rythme qui retient l'attention et non qui étouffe ou submerge votre auditoire.



Repères : 2 secondes entre chaque phrase, 4 entre 2 paragraphes, 5 pour souligner, valoriser, marquer une émotion

La ponctuation orale ne correspond pas forcément à celle écrite qui est entièrement libre.

Le silence est d'or !

Il est la clé de voûte du savoir – dire ! Il ne s'agit pas d'un blanc, plutôt d'une respiration, d'une ponctuation.

Il ménage ses effets en mettant en valeur ce qui précède ou ce qui suit.

Le silence paraît toujours plus long à celui qui le fait qu'à celui qui l'entend (sauf en radio).

Bien exécuté, il donne une impression d'assurance et de maîtrise. En prenant votre temps, vous prenez votre place et gagnez en confiance.

C'est aussi grâce au silence que vous pourrez « écouter » votre auditoire, le sentir, avoir du retour.



Exemples d'exercices :

1 - Assis sur une chaise, pencher son corps vers ses genoux et lire à voix haute 1 livre posé à terre.

A faire pendant plusieurs minutes et régulièrement.

Un exercice qui demande à aller chercher la respiration au fond de soi



2 - Inspirez profondément et lisez la fable suivante sans reprendre votre respiration. La lire à un rythme modéré et en essayant d'aller jusqu'au bout :

La Cigale, ayant chanté  
Tout l'été,  
Se trouva fort dépourvue  
Quand la bise fut venue :  
Pas un seul petit morceau  
De mouche ou de vermisseau.  
Elle alla crier famine  
Chez la Fourmi sa voisine,  
La priant de lui prêter  
Quelque grain pour subsister  
Jusqu'à la saison nouvelle.  
« Je vous paierai, lui dit elle,  
Avant l'août, foi d'animal,  
Intérêt et principal. »  
La Fourmi n'est pas prêteuse :  
C'est là son moindre défaut.  
« Que faisiez – vous au temps chaud ?  
Dit elle à cette emprunteuse  
- Nuit et jour à tout venant  
Je chantais, ne vous déplaie.  
- Vous chantiez, j'en suis fort aise :  
Eh bien ! Dansez maintenant. »

- **La diction**

Elle renforce l'expressivité du visage en plus de permettre d'être compris. Bien articuler est la 1<sup>ère</sup> des politesses.

La diction se travaille régulièrement...

L'appui sur les voyelles donne de l'amplitude et une connotation de plaisir. Celui sur les consonnes donne du poids aux mots et renforce impact et conviction.



Exemples d'exercice :

- Lire avec un stylo dans la bouche (horizontalement)
- Diction sur le site [www.articuler.com/exercices/index.html](http://www.articuler.com/exercices/index.html)
- Voir annexe ci – jointe



Nathalie Pagani – Ebner, Coach, Médiatrice sociale - [www.en-route-vers-soi.fr](http://www.en-route-vers-soi.fr)

## ➤ Le verbal ou le choix des mots

La communication non – verbale et para-verbale, c'est bien. Simplement, on ne peut communiquer que si l'on a quelque chose à dire !

Votre communication doit toujours s'inscrire dans une stratégie globale. Il faut du sens et de la cohérence entre toutes les formes de communication, notamment en campagne électorale.

Il est pertinent d'opter pour des mots usuels, accessibles au plus grand nombre, concrets, imagés. Des mots justes et percutants. Soyez attentif à ne pas utiliser de vocabulaire technique ou d'initiés.

Livrez des phrases courtes et structurées (sujet / verbe / complément). Des phrases de 20 – 25 mots - Ni digressions ni langue de bois qui font déconnecter l'assistance



Astuces : Les verbes d'action sont à privilégier. Bien que très employé par la classe politique, le « *il faut que* » est insuffisant pour montrer votre implication, votre volonté que vous semblez alors remettre à... à qui d'ailleurs ?

Tout comme « *je vais essayer* ».



Que penseriez – vous d'un commandant de bord vous annonçant qu'il va **essayer** d'atterrir ?...  
Privilégiez le « *je veux, souhaite...* » ou « *nous* » si équipe.

Favorisez les tournures positives



Zoom sur le mot « *problème* », à exprimer autrement de manière plus positive : « *question à régler / point à traiter / défi à relever...* »

Idem sur la conjonction « *mais* » qu'il convient d'utiliser dans un contexte d'opposition car « *mais* » annule toujours ce qui précède. A remplacer par « *et en même temps* », « *simplement* », « *et* ». Essayez, vous verrez...  
Tout comme « *oui mais* » signifie « *Non* ». Pensez – y !



# La tenue d'une réunion publique

## ➤ En amont

- **Les questions matérielles à régler**

L'inconnu est source d'angoisse...

- Repérez le lieu de l'intervention
- Listez les besoins matériels (supports, équipements...)
- En cas d'utilisation d'un micro, vérifiez –en le fonctionnement



Astuce : Si vous n'y êtes pas habitué, appuyez – le légèrement sur le menton, au – dessous de la bouche

- **Préparer son intervention**



« *Un discours improvisé a été réécrit 3 fois* » Winston Churchill

Otez – vous de l'idée que préparer, c'est être moins naturel.

Ne pas préparer, c'est surtout le meilleur moyen de se planter !

La préparation est la base de la réussite. Ceux qui racontent qu'ils ne se préparent jamais, soit ils sont extrêmement habitués à parler en public, soit ils sont mauvais et personne n'a encore osé leur dire...

Un exposé réfléchi est le minimum que vous devez à votre auditoire qui, je vous le rappelle, s'est déplacé...

Anticiper, répéter rendent la présentation confortable et assurée.

Pour préparer, 3 points majeurs :

- Quel est le type d'intervention ? Durée ? Avec ou sans échanges ?
- Qui est mon auditoire ? Quelles sont ses préoccupations ?



Vous ne parlez pas pour vous. Parce que ce qui intéresse le public, c'est lui-même...

Au travers de vos propos, il se demande ce que cela va lui apporter, ce que cela va changer pour lui – Pensez à faire le lien avec son quotidien. Il est bienvenu de préparer votre intervention en vous mettant à sa place.

- Ce qui m'amène au 3<sup>e</sup> point : quels sont les messages que vous souhaitez lui faire passer ? (et qui sont en lien avec le 2<sup>e</sup> point)

### L'ossature d'une prise de parole

Il convient de la rédiger en entier. Préparez – la pour être prononcée à voix haute et non lue à voix basse.

Gardez en tête que mieux vaut une prise de parole courte et percutante que longue et fastidieuse.

Ensuite, vous avez 2 options car 2 écoles : soit celle des fiches bristol, soit celle du support rédigé de votre intervention



**Astuce** : Dans le 1<sup>er</sup> cas, utilisez les rectos de fiches bristol numérotés sur lesquels vous aurez écrit en gros caractère votre plan d'intervention et vos mots – clés.

Dans le 2<sup>e</sup> cas, il convient de ne pas en faire une lecture. La méthode consiste à décaler le temps du lire ET le temps du dire :

1<sup>er</sup> temps « je lis » / 2<sup>e</sup> temps « je regarde le public » / 3<sup>e</sup> temps « je dis ce que j'ai lu »

Et ne parlez pas à votre feuille : elle ne vous répondra pas !

- L'introduction : *dites ce que vous allez dire*

La 1<sup>ère</sup> impression étant essentielle. On fixe à 3 minutes le temps pour attirer l'intérêt et établir un lien de confiance avec l'auditoire.

Il est important de prévoir une accroche attractive (anecdote, citation, fait marquant, note humoristique), d'éveiller la curiosité. Choisissez une formule interrogative ou très affirmative, apostrophiez votre auditoire. Soyez immédiatement percutant.

Je vous invite à rédiger l'introduction **après** avoir travaillé sur le plan général et la préparation des messages. Détaillez, ici, le déroulé, le cadre.



- Le développement : *dites- le*

Il n'y a pas de sujet ennuyeux, il n'y a que des orateurs ennuyeux...  
Le but n'est pas de submerger l'auditeur sous un flot d'informations.

Cette partie sert à convaincre, à séduire votre auditoire. Ayez bien en tête que le public est comme un enfant : prenez – le par la main et entraînez – le dans votre histoire / discours.

Vous pouvez opter pour un discours dit de type « Columbo » en annonçant très vite l'idée – force, le message – clé.



La règle de construction ou « formule magique » pour le développement :

Exposer les faits (comment et pourquoi en sommes- nous là ?) – Quelles sont les conséquences - Votre conviction - Votre proposition et le bénéfice pour l'autre

> Sur la proposition : faire émerger 1 message principal – développer 2 ou 3 idées fortes (par ordre d'importance) – préparer 3 arguments pour chacune de ses idées fortes

1 message principal – 2 ou 3 idées fortes – 3 arguments
---

Un bon message doit être court, simple à comprendre : CLAIR et COURT

- La conclusion : *dites ce que vous avez dit*

Est la synthèse du discours et répétition des idées fortes

Persuasive, c'est le point culminant de l'intervention et non une fin, une chute

Prévoir éventuellement une phrase / formule choc

La conclusion appelle à l'action. Donc, oubliez les « *voilà, je vous ai tout dit* »





Sur l'ossature d'une prise de parole, 3 mots doivent guider vos discours :

**SIMPLIFIER / GROSSIR / REPETER**

**Simplifier** le nombre d'idées, les phrases  
**Grossir** l'idée pour l'amplifier  
**Répéter** ou le disque rayé des messages

Une prise de parole se fait autour de 3 axes :

- Parler à la tête (la raison) : prouvez ce que vous avancez (chiffres, exemples) pour renforcer votre légitimité
- Parler au coeur (l'émotion) : créez une complicité avec l'auditoire, que le public s'identifie à vos propos
- Parler aux tripes (l'action) : faites déboucher le discours sur une proposition d'action concrète



Séguéla « La communication d'aujourd'hui sort des tripes et non des neurones »

**Tête / Coeur / Tripes = Triptyque gagnant de la persuasion !**

- Maîtriser sa com verbale : le choix des mots

Le public ne retient que 10 à 15% de l'intervention... Mieux vaut avoir peu de choses à dire et en même temps bien les dire

Donc livrez des phrases courtes et structurées (sujet / verbe / complément).

Des phrases de 20 – 25 mots - Ni digressions ni langue de bois qui font déconnecter l'assistance.

Un bon message est différent de celui de vos concurrents, crédible, positif, concret, avec un vocabulaire dynamique.

Et il est répété, répété, répété...

Dites simplement ce que vous avez à dire.

Utilisez des analogies et méfiez – vous des termes techniques, du charabia jargonnant. Je vous invite à vous adapter à votre public. Il ne s'agit pas d'afficher une forme de supériorité. Pensez votre intervention comme un partage.



Exemples, images, humeurs sont les vitamines du discours. Les anecdotes allègent, illustrent le propos. Elles permettent, comme les témoignages de situations, à l'assistance de s'identifier à ce qui est dit.



Point trop n'en faut. Vous ne faites pas un one - man show.



Quand vous allez construire votre intervention, pensez aux pronoms personnels et à leur sens :

Le « *je* » affirme et démontre votre conviction, votre implication

Le « *vous* » assure de votre intérêt

Le « *nous* » suscite le partage, le collectif



Egalement, un mot soutenu peut donner une dimension sérieuse tandis qu'un mot de registre familier peut traduire une humeur

- S'entraîner

...Ne signifie pas apprendre par cœur votre intervention

La répétition à voix haute permet de valider ou retravailler votre intervention et vous approprier votre exposé.

Pensez à chronométrer votre intervention.

Plus on répète, plus on mémorise et plus on gagne en assurance.



Peut – on imaginer un acteur entrant sur scène en connaissant son texte mais sans jamais l'avoir répété ?

Ajoutez 20 à 30% de temps en plus pour dire la même chose, vous renforcez alors votre présence.



Vous avez le droit de communiquer sur vos émotions. Extérioriser celles – ci diminue le risque qu'elles vous submergent et vous amènent à perdre vos moyens. De plus, vous y gagnez en capital « sympathie » en humanisant votre intervention, vous rendant plus proche des gens.

Un message est plus convaincant quand on est investi émotionnellement.

Comme je l'ai écrit précédemment, un bon entraînement est celui du miroir ou de la vidéo ou l'option d'un accompagnement personnalisé.

- Etre la femme / l'homme de la situation

« *Ce que l'on dit, on le pense* ».

Quand on n'est pas convaincu de ce que l'on avance, le corps et la voix disent autre chose.

Je vous invite à être vous – même, sans tricher. Congruence avant tout.

## ➤ **Face au public**

- **En chemin**

- Faites des exercices de « chauffe buccale » en énonçant des voyelles (a, e, i, o, u)
- Quelques minutes avant, pratiquez la respiration abdominale profonde
- Au dernier moment, pensez à couper le son de votre portable...

- **L'entrée** = votre 1<sup>er</sup> contact

Tête haute, souriant – Un pas dynamique et décidé – Regards à l'assemblée – Un Bonjour chaleureux



Le club des 5 ! :

- Aller vers le public : avancer
- Geste d'ouverture : accueillir
- Entrer en relation : regarder
- Poser – vous : respirer et même inspirer (contre l'apnée et tremblements)
- Faire plaisir : sourire



Installez vos fiches bristol et une montre pour rester maître du temps.

Avant de commencer, balayez du regard chaque personne de la salle. Regarder votre auditoire est le seul moyen d'intégrer que ce n'est pas qu'un public voire une masse anonyme mais d'abord des hommes et des femmes.

Acceptez d'être sous les regards. Laissez – vous regarder. Un mauvais orateur commence à parler dans le brouhaha. Maintenant, vous êtes un bon orateur !

### **Soignez votre 1<sup>ère</sup> phrase**

Parlez plus fort que dans la vie de tous les jours. Plus on transmet d'énergie dès le début de l'intervention, plus on se sent assuré.

Si besoin, présentez le cadre, le timing, si débat ensuite ou pendant...

Exprimez votre ressenti, votre émotion : le public apprécie d'être face à un être humain

### • **L'intervention**

Le public est votre ami !

Il juge moins et surtout moins sévèrement que vous – même. S'il est là, c'est qu'il éprouve de l'intérêt, de la curiosité.

Le « spectacle », c'est vous !

Le public a rendez – vous avec vous.



5 règles :

C'est le moment d'appliquer toutes les bases vues précédemment !

- Ancrez - vous au sol et gestes amples
- Parlez à voix haute – pour la personne au dernier rang – et modérez votre débit
- Faites des phrases courtes, maîtrisez les silences (5 sec) à des moments clés – Faites preuve d'enthousiasme et de conviction
- Respirez
- Travaillez votre regard :



En petite assemblée, il est important de regarder chaque personne, tour à tour, de manière aléatoire. Evitez l'effet « tour de contrôle ». A chaque idée, il est bienvenu de regarder une personne et ainsi de suite. Afin que chacun se sente concerné. Et c'est un bon moyen de « sentir » votre public.





En cas de plus grande assemblée (supérieure à 50 pers.), une astuce : regarder par grappe. C'est-à-dire découper l'auditoire en 3 bandes (1 à gauche, 1 centrale, 1 à droite). Puis saisir du regard, au hasard, 1 visage dans la zone avant gauche puis 1 dans la zone centrale puis 1 au fond dans la zone à droite.

Il s'agit d'un regard de 3 à 5 secondes – appuyé et non furtif -

- **La sortie**

Votre « au revoir » est la dernière impression donc à soigner.  
Bannissez l'emploi de « Voilà », genre le calvaire est fini...  
Souriez ! Remerciez !

Donnez de la vie à vos paroles !  
SINCERITE - ENTHOUSIASME – CONVICTION

## ➤ Compléments

- **Le trac**

Le trac résulte de l'idée que vous avez de votre propre image en public.  
Il vient de la peur du jugement de l'autre et de l'enjeu que vous placez dans votre intervention.



A - t - on le trac pour prendre la parole devant des amis autour d'un barbecue ?...

Et si vous étiez votre propre ennemi ?

Quelques préalables pour endiguer le trac :

Je vous invite à vous accepter tel que vous êtes.

Appuyez – vous sur vos points forts.

Evidemment, agissez en accord avec vos idées.

Abandonnez l'idée d'être parfait, cela n'existe pas. Et puis, parfait par rapport à quoi, à qui ?

Donnez – vous aussi le droit à l'erreur. Le public n'aura perçu qu'1/10<sup>e</sup> de ce que vous aurez vous – même relevé.





## Les outils pour diminuer le trac

- La règle de base est de sortir de l'apnée
- Pratiquez la respiration abdominale lente et profonde qui oxygène les cellules nerveuses (5 mn avant). Bien plus utile, efficace, naturelle que les bêtabloquants, anxiolytiques et autres verres d'alcool.  
Vous pouvez aussi associer mentalement un mot comme « *calme* » à vos cycles de respiration



« *j'inspire le calme, j'expire et diffuse le calme en moi* »

- Quelques minutes avant, bougez car c'est un moyen (utilisé par les comédiens) pour évacuer le trac
- Faites quelques mouvements de détente de la tête, de la mâchoire par des bâillements
- Faites comme si - si tout allait bien – et dites - vous que le « patron », quand vous prenez la parole, c'est Vous
- Concentrez - vous, ce qui signifie obéir à la règle des 3 unités : unité de personne (être centré sur soi) / unité de lieu (ici) / unité de temps (présent) – Ce qui nous donne « Moi, ici et maintenant »
- La méthode des sportifs : la visualisation positive :

4 – 5 jours avant et chaque jour, prendre quelques minutes le soir pour visualiser le déroulé de la situation. L'imaginer en détail pendant 4 à 5 mn :  
Effectuez, par la pensée, l'arrivée, le début de l'intervention, le final, le public qui applaudit, les félicitations. Créez – vous un SCENARIO POSITIF  
Le jour J, votre cerveau aura intégré des stimuli positifs et non plus de danger. Le trac ne vous déstabilisera plus. Reste l'émotion qui est naturelle !



*Astuces :*

- *en cas de bouche sèche : se mordre la langue pour saliver*
- *en cas de transpiration excessive : 15 mn avant, avaler 1 cc de sel*



- **Echanges avec la salle**

L'époque est à l'interactivité. Cet espace de parole maintient aussi un rapport d'équité.

Un bon orateur doit avoir anticipé les interrogations, les doutes de son assemblée et donc être prêt à apporter des réponses. Plus vous aurez imaginé les questions, plus vous y ferez face.



Si la 1<sup>ère</sup> question a dû mal à venir du côté de l'auditoire, vous pouvez l'aider en utilisant l'humour du genre :

*« la 1<sup>ère</sup> question étant toujours la plus difficile à poser, je vous propose de passer directement à la seconde »*

ou pour reprendre un mot de Woody Allen *« j'ai les réponses, qui a les questions ? »*.

Pensez aussi aux questions ouvertes.

Si vous n'avez pas la réponse à une question, il est pertinent de ne pas inventer car c'est prendre le risque de se dédire ensuite.



Ne pas dire *« je ne sais pas »* pouvant entraîner un questionnement sur votre crédibilité.

Il est bienvenu, dans ce cas, de reformuler pour être sûr d'avoir compris et de prendre acte de la demande par un *« je vous ai entendu. C'est une question / un point que je vais étudier... »*

La réponse par une question est une option : c'est un moyen de creuser, de repousser la question, de botter en touche aussi.

En cas d'opposition, gardez toujours votre calme. Reformulez la pensée de l'interlocuteur en positif.



Et souvenez – vous de ce dicton : *« en parlant, on plaît quelquefois – en écoutant, on plaît toujours »* -



- **Improviser**

Préparez – vous à improviser !

Ce qui signifie être toujours prêt à prendre la parole. Improviser, c'est prévoir...Et nécessite une bonne connaissance du thème abordé. Ou le sens inné de la répartie.

Quelques questions express à vous poser en guise de support face à l'improvisation:

- Quel est le contexte, quelles sont les circonstances dans lesquels j'interviens ?
- Quel est le cœur de mon message ?



*La méthode du POM KISS*

**POM** pour Public – Objectif – Message

- Qu'est – ce qui intéresse votre **public** ?
- Quel est votre **objectif** ? : transmettre une info, convaincre...
- Quel est votre **message** fort ? Un message essentiel d'entrée de jeu. A décliner, si le temps le permet, en 3 - 4 idées au plus

**KISS** pour Keep It Short and Simple – Faites court et simple !

- Des phrases courtes, actives
- Une implication physique, non – verbale, émotionnelle



En campagne, plus souvent exposé et notamment sur les marchés, souvenez – vous de ce que vous êtes venu dire. Ce n'est pas une conversation...



# La pratique des médias ou comment être un « bon client »

Qu'est ce qu'un bon client médias ?

Quelqu'un à l'aise avec l'exercice, qui dégage un intérêt par sa présence, ses propos, son projet.

Le journaliste est un interlocuteur, certes exigeant, mais pas un ennemi !  
Je vous invite à le voir comme un allié pouvant relayer vos propos.

## ➤ L'entretien médias

### • Se préparer

- Repérez le média, son orientation, son type de lecteurs
- En cas de demande de la part du journaliste, soyez réactif et disponible
- Déterminez le ou les message(s)- 3 messages au maximum - que vous souhaitez transmettre et qu'il faudra répéter tout au long de l'interview.  
Soyez vigilant à ne pas noyer le poisson par trop d'infos
- Imaginez, en amont, les questions potentielles – les simples ET les pièges - des journalistes et travaillez sur vos réponses
- Si vous le pouvez, faites une simulation d'entretien avec un « co-équipier »
- Préparez des documents à leur attention

### • L'entretien

N'est pas une conversation, un duel, un procès, un débat d'experts.  
C'est un exercice structuré de communication.

- Adoptez un comportement ouvert et souriant
- Montrez – vous disponible et sachez cultiver le contact humain



- **La règle la plus importante** : Restez maître de l'entretien. Donc répondez aux questions en pensant toujours à votre message. Quitte à employer le mode de la reformulation et du « disque rayé »  
Le message, le message, le message !
- Parlez lentement, de manière posée si le journaliste prend des notes
- Soyez précis et très concret
- Ayez le sens de la formule car les journalistes adorent et c'est ce qui va, à coup sûr, se retrouver dans le papier ou gardé comme son en radio
- Il est approprié de demander une clarification sur une question qui vous semble floue plutôt que de faire une réponse à côté
- Surtout ne mentez pas. Un mensonge peut être découvert...
- Si vous n'avez pas la réponse, vous pouvez proposer au journaliste de le recontacter pour compléter vos propos
- Oubliez le « *sans commentaire* » qui peut être mal vécu et qui poussera le journaliste à revenir à la charge ou à indiquer que vous avez refusé de répondre



Si vous ne souhaitez pas répondre à une question, vous pouvez utiliser la technique du « block and bridge », c'est-à-dire réorienter vers un autre sujet

Ex. : « *Votre question est intéressante, simplement laissez – moi vous dire que...* »

Ou « *Gardons en tête ce qui est essentiel, à savoir...* »

Ou Technique de transition : « *Vous avez raison et en même temps...* »

- Soyez conscient qu'il n'y a pas de « off » donc soyez attentif à vos propos notamment quand la détente s'installe dans l'échange. Et ce n'est pas parce que le journaliste a fermé son bloc qu'il a fermé ses oreilles...  
Ou alors jouez sur le « off ». Faites passer pour un « off », pour une confidence ce qui n'en est pas et qui a de grandes chances de se trouver retranscrit
- Restez calme et courtois en toutes circonstances (même si piège ou agressivité)



- Tenez le regard
- Pensez à respecter leurs contraintes temps et leurs échéanciers de parution (de la disponibilité !)
- Pensez à laisser vos coordonnées
- Soyez reconnaissant, sans être condescendant, si un journaliste a fait une belle retranscription ou tenu parole sur une demande que vous lui avez faites : quelques mots de remerciements sont bienvenus et renforcent la confiance



- Et si ça se passe mal ?

Ne tournez jamais le dos à la presse ! Un quotidien local qui ne partage pas les idées d'un candidat et qui ne se gêne pas pour lui faire payer à chacune de ses publications est finalement monnaie courante.

Restez vous-même, soyez pro et irréprochable et gagnez leur respect ou du moins, atténuez leur animosité en leur montrant que vos propositions tiennent la route. Vous devez être le plus **CONVAINCANT** possible sans vous laisser emporter par la passion. Adressez un communiqué de presse ou mieux, un résumé écrit de ce que vous avez dit lors de vos entretiens.

## ➤ **Le communiqué de presse**

Quelques règles :

- La presse locale s'intéresse au local ! Donc si vous relayez des infos du mouvement national, il y a peu de chances pour que cela les intéresse sauf si vous en faites un lien, une déclinaison avec votre territoire
- Le titre doit être accrocheur, clair et impactant
- Limitez – vous à 1 seul message par communiqué
- N'envoyez pas un roman (250 à 500 mots maxi). Pensez à respecter la règle des 5 W (who, what, where, when, why)- autrement dit qui, quoi, où, quand, pourquoi



- Le communiqué de presse se trouve dans le corps du message si mail. Pas de pièce jointe. Et un message aéré
- Exprimez- vous dans un langage clair, accessible. Travaillez votre sens de la formule pour rendre votre message percutant
- Evidemment, à l'orthographe et la grammaire impeccables (ils existent des correcteurs automatiques) – Question d'image et de crédibilité
- N'oubliez pas vos coordonnées (*à minima, nom du contact, téléphone, courriel et url du site internet si vous en avez un*), elles doivent apparaître de façon lisible avec le nom de la personne qui recevra les appels et autres messages des journalistes.

## ➤ Le débat

Le débat est l'exercice le plus périlleux, car vous ne contrôlez pas nécessairement tout le contexte ni l'impact de votre performance à l'écran.

Bien que préparé ou rompu à l'exercice oratoire, c'est seul, parfois en direct, que vous allez affronter les attaques de vos adversaires et/ou les questions des journalistes.

Dans ce contexte anxiogène de communication, je vous invite encore davantage à la préparation sur la base des éléments déjà évoqués plus haut en matière de trac, de non – verbal, de para – verbal.

Portez une attention particulière sur l'apparence, l'attitude qui doivent être en concordance avec l'image que vous souhaitez donner et les propos que vous tenez. Ce qui signifie que vous avez déterminé en amont celle que vous souhaitez véhiculer.



Quels sont les principaux moteurs de l'image souhaitée ? :

L'expérience, la compétence, l'authenticité, le renouveau, la différence, l'intégrité, le leadership, la confiance, etc...

Si la mise en scène est uniforme pour tous les participants au débat, les performances visuelles peuvent varier. Les allocutions et les réponses aux questions attendues sur les thèmes débattus sont répétées et assimilées afin d'éviter tout faux pas.

Cette préparation argumentaire est **indispensable** car elle vous permet de livrer avec plus d'aisance vos allocutions personnelles d'ouverture et de conclusion au débat et de recevoir avec assurance les questions présentées par les journalistes.



Pour bien débattre, il faut être capable de défendre un point de vue :

**- être convaincant...**

Ne jamais baisser les bras : tant que vous êtes sur le plateau, il faut vous battre  
Ecouter vos interlocuteurs : ne pas vous précipiter pour répondre et faire attention à ce qu'ils ont vraiment demandé, répliqué

**- .... en défendant ses arguments...**

Avoir un raisonnement clair et logique  
Avoir de bons arguments, construits, raisonnés et si possible basés sur des faits ou des exemples concrets  
Donner des exemples qui permettent d'illustrer vos propos  
Etre capable de vous mettre à la place de votre interlocuteur pour le comprendre  
Anticiper ses arguments, lui répondre, le mettre face à ses contradictions

Les journalistes chercheront, par principe, à vous contredire. Acceptez la contradiction ; mieux, anticipez-la !

**- ... et cohérent :**

On ne vous reprochera jamais d'avoir un avis. On vous reprochera d'en changer pour faire plaisir aux journalistes / au public. On vous reprochera de ne pas l'argumenter.

Vous devez être logique et cohérent dans votre argumentation afin de permettre un échange avec vos interlocuteurs.

Et ensuite ? Demandez autour de vous (à de vrais amis) et visionnez – vous avec bienveillance et lucidité afin de progresser.

➤ **La campagne en hyper bref**

Les grandes lignes de base à prendre en compte pendant la préparation d'une campagne efficace :

- **Thèmes de la campagne**

Il est important de déterminer, de comprendre et de se concentrer sur les défis et les opportunités de votre candidature. Vous devriez d'abord répondre à la question suivante : *pourquoi est – ce que je veux me présenter aux élections ?*

- **Créez une solide équipe**



- **Apprenez à connaître vos adversaires**

Il est important que vous appreniez à connaître vos adversaires et leurs idées afin que vous puissiez vous différencier.

- **Apprenez à connaître vos électeurs**

Après tout, il s'agit des personnes qui décideront de voter pour vous ou pas. Lors d'une campagne électorale, il est essentiel d'en savoir le plus possible sur les électeurs et leurs priorités.

- **Montrez que vous êtes digne du poste**

En politique comme en marketing, l'apparence a parfois autant d'importance que le fond. Tout ce que vous écrivez sur le Web laisse une trace ! Même si les doigts vous en brûlent, le ton et le professionnalisme de vos réponses indiquera comment vous risquez d'agir une fois en poste.

Un exemple classique: Vous proposez quelque chose, mais un autre candidat propose à peu près la même chose 2 semaines plus tard. Souvent on voit alors la réaction classique de s'insurger et de crier au copieur.



Quoi faire alors dans cette situation? :

Féliciter l'adversaire (dur pour l'orgueil, je sais) de soutenir une idée qui, à votre sens, est excellente pour le futur, puis faire remarquer qu'un consensus sur cette question devient alors possible puisque vous partagez la même idée et même l'avez produit il y a 2 semaines.

Vous paraîtrez alors bien plus mature au moment de rappeler (d'une façon positive et courtoise) que vous vous êtes prononcé sur la question.

De plus, si vraiment vous êtes à l'origine de cette idée, je présume que votre réflexion va plus loin que la sienne ? Profitez – en donc pour pousser l'idée à la prochaine étape, vous montrerez alors que vous êtes prêt à assumer pleinement la fonction que vous sollicitez.

- **Faites avancer la réflexion**

Si vous ne faites que critiquer, tôt ou tard vous aurez à proposer ce que vous auriez fait à la place. N'attendez pas que la question arrive et montrez que vous être proactif.

Vous deviendrez probablement la cible des critiques et des autres candidats, surtout s'ils utilisent les techniques mentionnées plus haut.

Quel est alors l'avantage de vous exposer ainsi ? Vos adversaires parleront alors de VOS idées (ne serait-ce que pour dire que votre idée n'est pas bonne).

Bonne nouvelle! Car vous avez maintenant une nouvelle audience à qui vous adresser.



## Annexes

- Exercices de diction sur le site [www.articuler.com/exercices/index.html](http://www.articuler.com/exercices/index.html)

Pour que l'entraînement soit profitable, il est important qu'il se fasse dans la décontraction musculaire. Il ne s'agit pas d'hyper-articuler de manière raide mais au contraire de dire les phrases sans effort, de manière souple et ludique.

### Pratiquez !

Vous pouvez dire les phrases qui suivent, avec un stylo entre les dents, sans forcer :

- *Je veux et j'exige un paroxysme spasmodique*
- *Je veux et j'exige dix-huit chemises fines et six fichus fins ! Je veux et j'exige d'exquises excuses !*
- *Seize jacinthes sèches dans seize sachets sales*
- *Aglaé glissait gracieusement sur la glace glauque du groenland*
- *Le fisc fixe exprès chaque taxe fixe excessive exclusivement au luxe et à l'exquis.*
- *Tris petites truites cuites, trois petites truites crues.*
- *L'huile de huit huiliers huile sans bruit les huis de huit huissiers.*
- *J'excuse cet exquis exploit et tu excuses cet exploit exquis*
- *Voici six chasseurs se séchant, sachant chasser sans chien*
- *Combien sont ces six saucissons-ci ? c'est 6 sous, ces 6 saucissons-ci ?*
- *Donne-lui à minuit huit fruits cuits et si ces huit fruits cuits lui nuisent, donne lui huit fruits crus.*
- *Didon dîna, dit-on du dos d'un dodu dindon*
- *La blonde dolichocéphale sur le sofa s'affale et fait la folle*
- *Sage chasseur âgé aux yeux chassieux, sachez chasser sans chien chose aisée, ce chat chauve caché sous ces six chiches souches de sauge sèche.*
- *J'exige l'exactitude. C'est ici, songez-y, que se juge et se jauge le zèle d'un associé. Sans ce soin assidu, sévissent les défaillances successives et surgissent sans cesse de fâcheux incidents*
- *Ces cent six sachets – sachez cela – si chers qu'Alix à Nice tout en le sachant, chez Chasachax choisis, sont si chers qu'ils charment peu !*
- *C'est l'histoire de l'évadé du Nevada qui s'évada dans la vallée, dans la vallée du Nevada qu'il dévala pour s'évader sur un vilain vélo volé qu'il a volé dans la villa. Et l'évadé du*

*Nevada fut délavé dans la vallée par toute l'eau qui tombait là et l'on vit l'évadé vanné s'avouer que la vie d'évadé ne valait pas la vie d'avant car en vélo quand il y a du vent on est vidé c'est évident !*

- *La cocotte Kiki dit à son amant Coco concasseur de cacao, je voudrais un caraco kaki avec un col en caracu, ce coquin de marquis conquis par les quinquets coquets de la cocotte Kiki acquiesce un caraco kaki avec un col en caracu. Quand l'amant Coco vit la coquette cocotte Kiki avec un caraco kaki et un col en caracu, il en conclut qu'il était cocu.*
- *Chez les Papous il y a des Papous papas et des Papous pas papas et des Papous à poux et des Papous pas à poux. Donc chez les Papous il y a des Papous papas à poux et des Papous papas pas à poux et des Papous pas papas à poux et des Papous pas papas pas à poux.*
- *Six chérubins siciliens, juché sur six sièges, chuchotèrent ceci. Salut citoyen chaste et sage, aux yeux chassieux et au sang chaud. Sache chassé, chose aisée, ce chat sauvage, dessous ces souches de sauge fraîche.*
- 
- *Petit pot de beurre, quand te dépetitpotdebeurreriseras-tu ? Je me dépetitpotdebeurreriserai quand tous les petits pots de beurre se seront dépetitpotdebeurrerisés. Or tous les petits pots de beurre ne se dépetitpotdebeurreriseront jamais, donc petit pot de beurre ne se dépetitpotdebeurrerisera jamais.*
- 
- *Dis-moi, petite pomme, quand te dépetitepommeras-tu ? Je me dépetitepommerai quand toutes les petites pommes se dépetitepommeront. Or, comme toutes les petites pommes ne se dépetitepommeront jamais, petite pomme ne se dépetitepommera, jamais.*
- 
- *Un ange qui songeait à changer son visage pour donner le change, se vit si changé, que loin de louer ce changement, il jugea que tous les autres anges jugeraient que jamais ange ainsi changé ne rechangerait jamais, et jamais plus ange ne songea à se changer.*
- 
- *Très grand doreur, quand redoreras-tu sûrement et d'un goût rare mes trente trois ou trente quatre cuillères d'or trop argentées ? Je redorerai sûrement quatre grandes cuillères d'or trop argentées, quand j'aurai redoré sûrement et d'un goût rare tes trente trois ou trente quatre autres grandes cuillères d'or trop argentées.*
- 
- *Rat vit rôti, rôti tenta rat, rat mit patte à rôti, rôti brûla pattes à rat, rat secoua pattes et quitta rôti.*
- 
- *J'ai un point dans mon pourpoint qui me pique et qui me pointe, si je savais celui qui a mis ce point dans mon pourpoint qui me pique et qui ne pointe, je lui mettrais un point dans son pourpoint qui le pique et qui le pointe.*
- 
- *Si l'Américain se désaméricaniserait comment le réaméricaniserions-nous, l'Américain ? On le réaméricaniserait comme on l'a désaméricanisé, l'Américain.*
- 
- *Si la cathédrale se décathédraliserait, comment. la recathédraliserait-on, la cathédrale ? On la recathédraliserait comme on l'a décathédralisée, la cathédrale.*