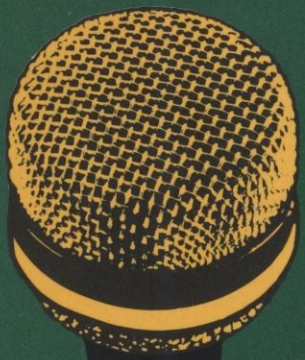
METHODES
DE TRAVAIL
DU TEMPS PRESENT



Yves et Charlette Denef

50 modèles de discours pour votre vie professionnelle

Complétés par des conseils pratiques
et un choix de citations

50 MODÈLES DE DISCOURS
POUR VOTRE VIE PROFESSIONNELLE

Yves et Charlette Denef

50 MODÈLES DE DISCOURS

pour votre vie professionnelle

complétés par des conseils pratiques
et un choix de citations

Éditions WEKA

ISBN 2-86529-005-0
ISSN 0246-6384

Table des matières

Avant-propos

Celui à qui l'on donne la parole doit pouvoir s'en servir. Celui qui prend la parole doit avoir quelque chose à dire.

Aujourd'hui, un dirigeant n'a pas le droit d'être pris au dépourvu lorsqu'il doit prendre la parole. Le besoin de communication, de plus en plus profond dans la société actuelle, tend à multiplier les situations pour lesquelles une allocution est souhaitable, si ce n'est nécessaire.

Celui qui a des fonctions d'encadrement doit pouvoir s'exprimer, doit pouvoir faire passer ses idées à l'occasion d'événements de la vie professionnelle, tels que réunions, assemblées, conférences. Mais nombreuses sont les circonstances à l'intérieur d'une entreprise, telles que fêtes et réjouissances, qui appellent aussi un discours, et si possible : un bon discours.

Aucun responsable : Président, Directeur, Chef de Département, ne peut s'y soustraire. Les employés, les collaborateurs, attendent le mot juste qui donnera tout son sens à un anniversaire, l'éloge sincère lors d'une promotion, la chaleur des sentiments pour un départ à la retraite.

Le jubilé et les événements importants de l'entreprise, de même que le Nouvel An, sont difficiles à imaginer sans quelques mots de la Direction. L'hommage rendu à l'employé décédé impose des paroles justes, le jour de son enterrement.

Nous avons là quelques exemples de circonstances qu'un cadre responsable ne peut laisser passer sans prononcer

quelques mots. Il existe de nombreuses occasions qui reviennent, sinon régulièrement, du moins fréquemment. A ces événements types correspondent des discours types qui apportent une aide non négligeable. D'autres cas, par contre, sont très rares, mais leur originalité n'en rend pas pour autant le discours plus facile.

Un discours ne s'improvise pas. Il doit être préparé. Il demande des efforts. Il prend beaucoup de temps; précisément, ce temps dont les dirigeants, les cadres, ne disposent pas. Bien au contraire, il leur faut constamment gagner du temps, rationaliser leur travail et viser à l'efficacité. Cette règle s'applique à toutes les tâches du responsable, qu'il s'agisse de planifier, de décider ou de diriger. Elle s'applique au moins autant lorsqu'il s'agit de donner une image de soi-même au sein de l'entreprise, ce qui demande un travail difficile, non négligeable et auquel, de toute façon, il ne peut échapper.

Le but de ce livre est de vous faciliter ce travail, de vous apporter un grand profit tout en diminuant vos pertes de temps. Il doit constituer pour vous une aide qui vous servira, à l'intérieur de l'entreprise, dans toutes les occasions officielles et officieuses. Il doit vous permettre de faire preuve d'esprit, de savoir-faire, lorsque vous prendrez la parole et d'avoir ainsi l'image de marque que vous souhaitez.

Ces 50 modèles de discours se rapportent à des circonstances très différentes les unes des autres. Cette diversité permet de répondre à la plupart des occasions rencontrées dans une entreprise.

Chaque exemple de discours ne doit être considéré que comme un modèle. Les textes proposés ne sont pas imposés; ils ne veulent être qu'un schéma, auquel certains accorderont une

très grande importance, alors que d'autres lui en accorderont moins. De toute façon, l'utilisateur reste libre de ne pas en tenir compte.

Si les occasions de prononcer un discours se retrouvent être à peu près les mêmes dans toutes les entreprises, par contre l'environnement, les conditions extérieures, les hommes auxquels ces paroles s'adressent, sont très différents. C'est pourquoi il est très difficile, pour ne pas dire impossible, de prendre à votre compte, mot pour mot, l'exemple proposé. Vous ne devez considérer le texte que comme une suggestion qu'il faut adapter à chaque cas particulier.

Ce qui est valable pour des événements de l'entreprise l'est encore bien davantage lorsque vous devez parler d'une personne. Ce personnage central du discours, vous devez donner le sentiment que vous le connaissez bien ; évoquez sa vie dans l'entreprise, son caractère, ses qualités. Chaque modèle vous donnera des idées d'ordre général, vous indiquera le mode de construction du discours. Il laisse le soin au conférencier d'ajouter ce qui lui semble bon ou de retrancher certains passages pour personnaliser ainsi l'allocution.

Les idées générales que nous avons introduites au niveau de chaque thème n'en perdront pas de leur valeur ; vous pouvez en reprendre tout ou partie et, suivant le cas, les abréger, les étoffer, les inverser ou en changer la forme, afin de pouvoir réellement les faire correspondre à votre cas particulier.

Si l'événement, ou si votre discours le permet, vous pouvez relever vos propos de citations, de proverbes, de maximes. Nous en avons réunis à la fin de l'ouvrage. Ces phrases se rapportent, directement ou indirectement, au monde du travail. Utilisées avec parcimonie et à bon escient, elles donnent un

fini toujours apprécié. Si vous construisez des phrases courtes et si vous utilisez des formules lapidaires, vous donnerez, de plus, du piment à vos propos.

Si, grâce à cet ouvrage, vous avez pu gagner du temps, réaliser votre travail plus facilement et satisfaire votre auditoire, son but aura été atteint.

Un dernier conseil à tous les futurs orateurs qui veulent faire de bons discours : ils doivent être bien préparés, bien réfléchis, car si l'on prend la parole, elle doit valoir plus que le silence.

Les dix commandements

Ce livre n'est pas un livre de lecture, mais un outil de travail. Prenez-le en main quand vous aurez l'intention de prononcer un discours au sein de votre entreprise. Il vous fera gagner du temps et de la peine. Vous tirerez d'autant plus de profit de son utilisation que vous respecterez les conseils suivants :

1 Chaque discours, contenu dans ce livre, n'est qu'un exemple. Cet exemple est destiné à vous fournir un modèle pour VOTRE discours. Si ce modèle correspond en tous points à ce que vous vouliez dire, ce sera parfait. Mais cette exception ne fera que confirmer la règle générale : il est normal que vous ayez à modifier le modèle pour l'adapter à la situation particulière et pour lui donner votre touche personnelle.

N'hésitez pas à vous laisser guider par le modèle proposé ; vous pourrez ensuite en tirer le discours qui répondra le mieux à chacun de vos cas particuliers.

2 Pour un même sujet de discours, proposé à dix conférenciers différents, nous obtiendrions dix manuscrits différents. Rien de surprenant; faire un discours ne relève pas des sciences exactes. Il existe de nombreuses façons de traiter un même sujet, de tenir compte des circonstances, d'imprimer son empreinte personnelle. Cela donne de nombreuses solutions, sans que pour autant il soit possible d'indiquer la meilleure.

Vous aussi, à partir des sujets et des modèles que vous propose le livre, vous avez de multiples solutions pour

construire votre discours et, là encore, sans pouvoir dire que l'une est meilleure que l'autre.

3 Si un des modèles de discours vous convient, n'ayez pas scrupule à l'utiliser, sous prétexte que vous craignez qu'il ne soit pas parfaitement adapté à votre style personnel. Ne doutez ni de vous-même, ni de la vertu du livre. En fin de compte, c'est vous qui devrez prononcer le discours, c'est donc vous qui déciderez ce que vous voulez dire et comment vous voulez le dire.

Par contre, ne vous laissez pas emprisonner dans un schéma donné par le modèle que nous vous proposons. N'en tirez pas un sentiment de frustration, sous prétexte que vous n'avez pu donner libre cours à votre personnalité. Comme nous vous l'avons déjà dit, les propositions ne sont pas des carcans ; elles sont tout au plus un schéma ou, si vous préférez, un patron. Si le patron convient à votre taille, tout sera pour le mieux. Sinon, procédez aux retouches nécessaires pour le faire correspondre à votre personnalité. Vous donnerez à votre discours la forme définitive que vous lui souhaitez.

Souvenez-vous : vous ne prononcerez pas un quelconque discours. Vous prononcerez VOTRE discours.

4 Lorsque vous allez faire un discours, l'important n'est pas que vous lui trouviez des qualités remarquables, mais que votre auditoire s'accorde à le juger ainsi. Ce n'est que dans ce cas que votre discours sera bon.

Essayez, tout d'abord, de toucher le cœur de vos auditeurs. Chacun doit être persuadé que vous allez, ou que

vous avez prononcé le mot qui devait l'être – et rien de plus. C'est pourquoi, demandez-vous qui seront vos auditeurs, ce qu'ils attendent de vous et comment être sûr de les toucher.

La valeur d'un discours ne tient pas que dans son contenu, mais dans la manière, la langue, le ton utilisés. Trouvez le ton juste, et votre auditoire vous fera écho.

5 Chaque modèle forme une unité en soi. Il est constitué de pierres, autrement dit : de phrases. Si cela s'avère nécessaire, il est toujours possible de mettre le texte en pièces détachées, puis d'en reconstruire un nouveau, en supprimant des « pierres », en ajoutant des idées et en modelant les phrases. Veillez, cependant, à ne pas perdre le fil conducteur.

6 Avoir un modèle doit écourter le travail personnel. C'est à vous de déterminer si le centre d'intérêt de votre discours est un événement ou une personne ; dans quelle mesure vous devez modifier le modèle pour le rapprocher de la personnalité ou des circonstances centrales ; c'est à vous de remodeler le texte pour que la personne concernée puisse se reconnaître.

Apportez des détails, relatez quelques particularités, donnez l'évolution professionnelle, citez quelques anecdotes. Vous obtiendrez ainsi un texte vivant, qui en apprendra beaucoup plus que de longues phrases.

Sachez aussi limiter votre temps de parole, tant pour vous-même que pour l'attention de votre auditoire.

Les suggestions encadrées en marge du texte sont destinées à vous aider à personnaliser plus rapidement votre discours. C'est à vous d'estimer si vous devez, ou non, les utiliser. Pour des raisons de clarté, les formules conditionnelles (telles que : si possible, éventuellement...) ont été volontairement éliminées.

Si vous parvenez à réaliser l'équilibre entre le personnage central et l'événement particulier, vous aurez l'adhésion de votre public.

7 Chaque modèle de discours commence par une introduction. Il est fondamental qu'elle « accroche » votre auditoire. Une omission, une erreur, un impair, risque d'amuser ou d'indisposer, de toute manière de nuire à l'attention et, souvent, de mener à l'échec. Si l'introduction proposée pour chaque modèle vous plaît, utilisez-la, mais n'hésitez pas, si vous le jugez souhaitable, à en prévoir une autre, qui vous semblerait mieux adaptée à votre style.

8 Les modèles proposés dans ce livre sont, la plupart du temps, écrits au masculin. Ils pourraient vous donner l'impression d'avoir été uniquement prévus pour des orateurs hommes congratulant un personnage central : l'homme.

En fait, il n'en est rien. La majorité des textes peuvent tout aussi bien être prononcés par nos consœurs, et/ou être à l'intention de nos charmantes collègues.

9 Lorsque vous prononcez un discours, sentez-vous concerné, convaincu par ce que vous dites, sinon votre

comportement s'en ressentira et vous serez tendu, artificiel ; vos paroles ne passeront pas.

Evitez donc le piège qui consisterait à prendre à votre compte un modèle en contradiction avec votre personnalité. Par contre, en tirant profit de la préparation, déjà faite, vous obtiendrez en peu de temps un texte personnalisé.

N'apprenez jamais par cœur votre discours ; vous feriez un effort inutile et, surtout, vous ne seriez pas à l'abri du trou de mémoire.

10 Nous nous sommes refusés à indiquer la fonction de l'orateur. Chaque discours type correspond à une situation particulière : selon l'entreprise, son organigramme, les événements du jour, le collaborateur qui devra prendre la parole sera différent. C'est ainsi que tout cadre, tout responsable, peut être amené à prononcer un discours, soit parce qu'il est directement concerné, soit par délégation.

Ce livre renferme des modèles correspondant à de nombreuses circonstances de la vie professionnelle. Mais nous ne prétendons pas avoir réalisé un ouvrage exhaustif. Il existe d'autres occasions, très spéciales, pour lesquelles les dirigeants sont amenés à prendre la parole. Elles n'entrent pas dans le cadre d'un ouvrage général.

I

Fêtes dans le cadre de l'entreprise

Arbre de Noël

Mesdames, Messieurs,

« Tant crie-t-on Noël, qu'il vient ! » a écrit Villon, reprenant ainsi un vieux dicton de nos campagnes, qui reflète bien toute l'impatience qui accompagne cette grande fête.

Noël, c'est une lointaine tradition, qui renaît pour quelques heures ; c'est la fête de famille, qui réunit les générations ; c'est la fête des enfants.

Pour notre entreprise, Noël c'est l'occasion d'élargir le cercle de travail et de réunir les familles au complet autour du sapin illuminé.

Mes chers enfants, Noël est votre fête et je veux vous dire quelques mots. Vous vous retrouvez ici, entourés de grandes personnes que vous ne connaissiez pas, et vous êtes bien heureux d'être protégés par vos parents qui ne sont pas loin de vous. Vous n'avez pas à avoir peur : tous ceux qui vous entourent ne sont que les camarades, les collègues de celui de vos parents qui travaille chez nous.

Notre entreprise, voyez-vous, c'est une grande équipe — un peu comme une grande famille dans laquelle chacun, tous les jours, apporte sa contribution. Comme à la maison, il faut veiller à ce qu'il n'y ait pas de disputes et à ce que chacun soit heureux. C'est pour cela que nous pouvons être réunis aujourd'hui.

Toutes les fleurs de l'avenir sont dans les semences d'aujourd'hui.

Proverbe chinois

La route n'enseigne pas au voyageur ce qui l'attend à l'étape.

Proverbe bantou

Une bonne espérance est meilleure qu'une mauvaise possession.

Cervantès

Tout ce qui peut être fait un autre jour le peut être aujourd'hui.

Montaigne

Par la rue de « plus tard », on arrive à la place de « jamais ».

Proverbe espagnol

L'attente que nourrit l'espoir n'est pas une véritable attente.

Inconnu

Il faut essayer de soumettre les circonstances et non s'y soumettre.

Horace

L'impression de ce livre
a été réalisée sur les presses
des Imprimeries Aubin
à Poitiers/Ligugé

pour les Éditions Weka

Achevé d'imprimer le 16 juin 1980
N° d'édition, 6. — N° d'impression, L 12626
Dépôt légal, 2e trimestre 1980

Imprimé en France