

LAURENT VIBERT EN PLATEAU

PRISE DE PAROLE MÉDIATIQUE

Le media training *plébiscité* par les entrepreneurs et figures publiques

«Cela prend 20 ans pour bâtir une réputation et cinq minutes pour la détruire!», prévenait Warren Buffett. Entrepreneurs, dirigeants, élus, experts : tous ceux qui prennent la parole en public sont exposés. Dans cet entretien publié par Forbes France le 28 mai 2024, Laurent Vibert, ancien directeur de la communication et porte-parole, formé au journalisme, revient sur son parcours, détaille sa méthode de média training fondée sur la préparation, la pratique et l'authenticité, et analyse ce qui conduit des orateurs pourtant aguerris au «bad buzz».

LAURENT VIBERT

Fondateur et dirigeant de Nitidis, agence de communication sensible et de gestion de crise, et créateur de Mediatraining.info. Ancien officier, ancien porte-parole et directeur de la communication de la Brigade de sapeurs-pompiers de Paris, formé au journalisme (CFPJ). Il enseigne à la Sorbonne, au CELSA et à l'ISCOM.

PROPOS RECUEILLIS PAR **SABAH KADDOURI**

Du journalisme et de la direction de la communication au média training : pourquoi ce choix ?

LAURENT VIBERT : Ma transition vers le coaching et le media training est le résultat d'une véritable passion pour l'autonomisation des individus dans leur communication. En tant qu'ancien directeur de la communication et porte-parole d'un grand groupe, j'ai été immergé dans le tourbillon exigeant de la communication stratégique et de la gestion des médias. Mais c'est en tant que journaliste que j'ai véritablement appris à comprendre les mécanismes subtils de la communication, à décoder les discours et à capturer l'essence même des messages. Ce parcours éclectique m'a permis d'acquérir une vision à 360° de la communication pour les cadres et dirigeants.

Je suis passé de l'autre côté de la barrière, comprenant non seulement les défis auxquels font face les communicants en interne, mais aussi les pressions et les attentes auxquelles doivent répondre les leaders lorsqu'ils prennent la parole en public ou face aux médias.

Ce qui me motive vraiment, c'est de voir mes clients non seulement améliorer leurs compétences en communication, mais aussi gagner en confiance et en assurance dans leur capacité à transmettre leur message avec impact. Je suis convaincu que la communication efficace repose autant sur l'authenticité que sur la technique, c'est pourquoi j'attache une grande importance à les aider à trouver leur voix et à incarner pleinement leur leadership. Chaque individu a une histoire unique à raconter, et mon approche du coaching en media training est profondément ancrée dans la reconnaissance de cette singularité.

Qui sont les dirigeants qui le sollicitent, et pour quelles difficultés ?

Les entrepreneurs et les décideurs qui me sollicitent cherchent à perfectionner leur communication stratégique, à maximiser leur impact – pour les PDG de grandes entreprises –; les startuppers sont davantage désireux de séduire les investisseurs et clients potentiels; quant aux politiciens, ils souhaitent affiner leur discours public, ou encore les experts de leur domaine veulent partager leur expertise avec un large public. Malgré cette diversité, les problématiques rencontrées par ces profils sont souvent similaires. Nombreux sont ceux qui se sentent submergés par la pression des médias et des discours publics, cherchant à maîtriser leur message et à se démarquer dans un environnement concurrentiel et changeant.

Beaucoup ressentent le besoin de renforcer leur confiance en eux et leur capacité à transmettre leur vision de manière claire et persuasive. Certains rencontrent des difficultés spécifiques, telles que la gestion des crises médiatiques, la préparation aux interviews délicates, ou encore la construction d'une image de marque personnelle forte et cohérente. Cependant, malgré ces défis, ce qui unit ces personnalités, c'est la détermination à investir dans leur développement personnel et professionnel, et la volonté de s'élever au-dessus des obstacles pour atteindre leurs objectifs de communication.

Sa méthode : préparation, pratique, authenticité

Elle repose sur trois piliers fondamentaux: la préparation, la pratique et l'authenticité. Tout d'abord, la préparation est essentielle. Avant toute interview ou prise de parole en public, je travaille en étroite collaboration avec mes coachés pour comprendre leurs objectifs, clarifier leurs messages et anticiper les questions et les scénarios possibles. Nous passons en revue les sujets clés, identifions les points de discussion stratégiques et développons des réponses percutantes et authentiques. Cette phase de préparation leur permet de se sentir confiants et préparés face à toute situation médiatique.

Ensuite, la pratique est cruciale pour renforcer les compétences de communication. Nous organisons des sessions d'entraînement intensives, simulant des interviews réalistes et des interactions médiatiques, afin qu'ils puissent mettre en pratique les techniques et les stratégies apprises. Grâce à des exercices de mise en situation et à des retours constructifs, ils acquièrent une meilleure compréhension de leur style de communication et développent des réflexes naturels pour gérer efficacement les interactions avec les médias.

Enfin, l'authenticité est au cœur de ma méthode. Je crois fermement que la meilleure communication est celle qui vient du cœur et qui reflète la véritable essence de la personne. Plutôt que de suivre un script préétabli, je les encourage à partager leur histoire personnelle, leurs valeurs et leurs convictions avec sincérité et passion. C'est cette authenticité qui suscite l'engagement et la confiance de leur public et qui les distingue véritablement en tant que leaders.

Rester authentique quand les techniques s'apprennent et se reproduisent

C'est une excellente question qui touche au cœur même d'une communication efficace. Dans un environnement saturé de discours préfabriqués et de techniques standardisées, rester authentique et convaincant peut sembler un défi de taille. Cependant, je crois fermement que l'authenticité et la conviction sont des

atouts inestimables qui peuvent faire la différence. Être authentique implique de trouver un équilibre entre la préparation rigoureuse et l'expression sincère de ses propres pensées et émotions. Les techniques éprouvées sont des outils précieux qui peuvent nous aider à structurer notre message et à le transmettre de manière claire et impactante. En outre, il est important de se connecter avec son public sur un plan émotionnel.

Plutôt que de simplement délivrer des faits et des chiffres, cherchez à partager des histoires personnelles, des expériences vécues et des valeurs fondamentales qui résonnent avec votre auditoire. Lorsque vous communiquez avec passion et émotion, vous créez un lien authentique avec votre public, ce qui rend votre message plus mémorable et plus convaincant. Enfin, n'ayez pas peur d'être vulnérable et entier dans votre communication. Admettez vos erreurs, partagez vos doutes et montrez votre humanité. Les gens sont attirés par l'authenticité et la transparence, et ils sont plus enclins à vous faire confiance lorsque vous êtes ouvert et honnête avec eux.

En cultivant ces qualités, vous pouvez vous démarquer et inspirer véritablement ceux qui vous écoutent.

Pourquoi des orateurs aguerris font-ils encore des « bad buzz » ?

Même les personnalités les plus aguerries en prise de parole publique peuvent être confrontées à des ratages ou des « bad buzz ». Voici quelques facteurs qui peuvent contribuer à de tels incidents : le manque de préparation, aussi expérimentés soient-ils, les professionnels peuvent être pris au dépourvu s'ils n'anticipent pas cet exercice de manière adéquate. J'entends par là, le manque de familiarité avec le sujet, les questions pièges ou les attentes du public pouvant entraîner des réponses incohérentes ou maladroites. Gare aux réponses clichées qui peuvent sonner faux et être dépourvues de sincérité ! Les auditoires sont de plus en plus sensibles à l'authenticité et peuvent détecter rapidement lorsque quelqu'un ne parle pas avec conviction ou transparence.

La mauvaise gestion de crise mène inéluctablement au « bad buzz ». Nul n'est à l'abri d'un scandale, d'une controverse ou d'une erreur grave. L'atteinte réputationnelle peut affecter la crédibilité, il faut « s'outiller » en amont. Il y a également le déficit de sensibilité par des commentaires dénués d'empathie ou inappropriés sur des sujets délicats. Cela peut déclencher des réactions négatives et provoquer un backlash sur les réseaux sociaux et dans les médias traditionnels. La sensibilité à la diversité, à l'inclusion et aux enjeux sociaux est devenue de plus en plus importante dans le discours public.

J'ajouterai la déconnexion avec le public : les personnalités publiques peuvent également rencontrer des problèmes lorsqu'elles deviennent déconnectées de leur public cible. Un manque de compréhension des attentes, des valeurs et des préoccupations de leur auditoire peut entraîner des discours ou des actions qui ne résonnent pas avec les gens, ce qui peut conduire à des critiques. En fin de compte, même les personnalités les plus expérimentées en prise de parole publique doivent rester vigilantes et attentives à ces facteurs pour éviter les ratages.

L'avenir du média training

La discipline du media training est en constante évolution, et je prévois plusieurs tendances clés qui façonneront son avenir, notamment l'intégration de la technologie, l'adaptation aux plateformes numériques, le focus sur l'authenticité et l'inclusion, la personnalisation et le coaching sur mesure, et l'intégration de la gestion de crise. Ce faisant, le media training continuera à jouer un rôle crucial dans le renforcement des compétences en communication des individus et des organisations dans un monde de plus en plus connecté et médiatisé. Mais rien ne saurait remplacer les qualités humaines et l'expertise professionnelle du média-trainer dans cette société 3.0 ! ■

« Plutôt que de simplement délivrer des faits et des chiffres, cherchez à partager des histoires personnelles, des expériences vécues et des valeurs fondamentales qui résonnent avec votre auditoire. »

LAURENT VIBERT