



Trop de PowerPoint tue l'action

CHRONIQUE > A force de peser en images le pour et le contre, nous finissons par ne plus prendre de décision. Et PowerPoint devient le symbole des freins qui entravent notre action.

PAR PHILIPPE BLOCH (1)

« **J**e peux bien vous l'avouer maintenant... Quand vous m'avez annoncé que vous interviendriez pendant une heure trente devant mes équipes sans aucune aide visuelle, j'en étais malade ! » Faut-il que le logiciel de Microsoft PowerPoint soit devenu indispensable aux managers du monde entier pour que le dirigeant d'un grand groupe industriel soit aujourd'hui persuadé que nul ne peut plus s'exprimer ou convaincre sans l'aide de cette machine à pondre du slide ? Et si cet outil planétaire était en train de trouver ses limites ? De corrompre notre pensée, en nous obligeant à suivre un raisonnement tout tracé sans pouvoir en dévier ? D'empêcher la discussion et de faire obstacle à la spontanéité ? De nous dispenser de l'obligation de « mettre nos tripes » dans nos présentations ou nos discours, soutenus par le défilé rassurant d'images, de camemberts, d'histogrammes et autres bullet points ? Réunis en séminaire annuel, les salariés d'une agence d'événements ont récemment pris conscience que la surenchère visuelle n'était pas forcément le meilleur moyen de gagner des appels d'offres. Répartis en six équipes, tous étaient appelés à plancher sur un concours fictif, et à présenter leur « reco » devant un jury extérieur. Victoire au poing de la seule présentation réalisée sans aucun support ! Charme, humour, malice, complicité, capacité d'écoute, réactivité, charisme, esprit d'équipe, persuasion, storytelling et ingéniosité ont mis KO les pros de la souris, plus préoccupés à afficher leurs réflexions en buildup qu'à convaincre leur auditoire les yeux dans les yeux... Partout, la révolte gronde... y compris au cœur de l'armée américaine. « Quand nous aurons compris ce schéma,

nous aurons gagné la guerre ! », lâcha l'an dernier le général Stanley McChrystal en découvrant un dessin ressemblant à un plat de spaghettis censé décrire la stratégie militaire des Etats-Unis en Afghanistan. « PowerPoint nous rend idiots », déclarait, quant à lui, le général James Mattis. Alors que le cours de l'action Nokia décroche en Bourse, le nouveau président appelé il y a six mois au chevet de la star déchue de la téléphonie mobile n'y va pas avec le dos de la cuillère. « Pendant que vous consacrez

vos temps à peaufiner vos slides sur PowerPoint, il se crée un nouveau modèle de téléphone portable à Shenzhen », écrivait récemment Stephen Elop à ses troupes. Et cet ancien de Microsoft d'ajouter : « Nous perdons du temps, nous n'allons pas assez vite, nous ne collaborons pas suffisamment en interne et nous ne nous battons pas avec les bonnes armes. » Une analyse que n'aurait pas reniée le général Patton, pour qui un « bon projet exécuté tout de suite » valait mieux « qu'un excellent projet exécuté la semaine prochaine » ! En passe de devenir le symbole de la réflexion qui freine l'action dans un monde qui change à toute vitesse, PowerPoint n'en est sans doute qu'à ses premiers déboires. Car partout le rythme s'accélère, nous obligeant tous à revisiter nos business models à l'aune des nouvelles technologies. A force de peser en images le pour et le contre de chacune de nos décisions, nous finissons par ne plus en prendre aucune et par brider les énergies. Rien de plus démotivant en effet que des dossiers qui n'avancent pas. « Un con qui marche va plus loin que dix intellectuels assis en train de réfléchir », disait Michel Audiard. Alors, cessons d'être trop intelligents, et reprenons à notre compte le slogan de l'américain Nike : « Just do it ! » ●

« Reprenons à notre compte le slogan de l'américain Nike : "Just do it !" »

Philippe Bloch



(1) Fondateur de Columbus Café et auteur de Service compris 2.0, www.servicecompris2-0.com et www.philippebloch.com

PHOTO: DAHMANE