

LA CONFÉRENCE



1. INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LA CONFÉRENCE	3
1.1 DESCRIPTION DE LA CONFÉRENCE	3
1.2 AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DE LA CONFÉRENCE	6
2. RESSOURCES ET ÉTAPES NÉCESSAIRES À LA RÉALISATION DE LA CONFÉRENCE	7
2.1 RESSOURCES HUMAINES, FINANCIÈRES ET MATÉRIELLES NÉCESSAIRES À LA RÉALISATION DE LA CONFÉRENCE	7
2.2 ÉTAPES NÉCESSAIRES À LA RÉALISATION DE LA CONFÉRENCE	9
3. PRINCIPES À RETENIR CONCERNANT LA CONFÉRENCE.....	10
4. SUGGESTIONS CONCERNANT L'ACTUALISATION DE LA CONFÉRENCE.....	11
4.1 EXEMPLES DE THÈMES EN LIEN AVEC LA CONFÉRENCE S'ADRESSANT À LA POPULATION-CIBLE.....	11
4.2 EXEMPLES DE THÈMES EN LIEN AVEC LA CONFÉRENCE S'ADRESSANT AUX INTERVENANTS OEUVRANT AUPRÈS DE LA POPULATION-CIBLE	14
4.3 EXEMPLES DE THÈMES EN LIEN AVEC LA CONFÉRENCE S'ADRESSANT AUX COLLABORATEURS DU MONDE DU TRAVAIL	14
5. ÉVALUATION DE LA CONFÉRENCE	15
5.1 CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES PAR RAPPORT À L'ÉVALUATION DE LA CONFÉRENCE	15
5.2 EXEMPLES DE GRILLES D'ÉVALUATION DE LA CONFÉRENCE	16
5.3 EXEMPLE D'UNE GRILLE D'ÉVALUATION D'UN EXPOSÉ	18
5.4 RAPPORT DE LA CONFÉRENCE	19
6. BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE SUR LA CONFÉRENCE	20
ANNEXE A EXEMPLE D'UN PLAN DE LA CONFÉRENCE	22
ANNEXE B EXEMPLE D'UN AIDE-MÉMOIRE POUR LA CONFÉRENCE.....	24
ANNEXE C EXEMPLE D'UNE LETTRE DE REMERCIEMENT.....	25

LA CONFÉRENCE

1. INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LA CONFÉRENCE

1.1 Description de la conférence

- **Définition :** La conférence est un exposé sur un thème particulier réalisé par un spécialiste qui s'adresse à un auditoire, sans interruption.

La conférence doit être logique et elle s'apparente, dans sa forme, à la dissertation. Le conférencier amène son sujet, le présente et l'oriente; il développe ensuite quelques thèmes privilégiés puis conclut par un résumé. L'auditoire s'intéresse davantage au discours lorsque le spécialiste présente des exemples concrets. De plus, des pointes d'humour peuvent détendre l'atmosphère et aident à une meilleure intégration des informations. Un langage clair et précis, adapté à la clientèle, facilite la compréhension des idées abordées. Le fait de varier le ton (modulation de la voix) rend également l'exposé plus vivant.

- **Population-cible :** La conférence profite à tous les types d'auditoire pourvu que le spécialiste invité soit reconnu comme tel par les participants. Elle permet de donner beaucoup d'informations à un nombre élevé de personnes et ce, en un temps relativement court. Un nombre inférieur à 20 personnes commanderait davantage une allocution ou une causerie. Une restriction s'impose cependant: avant l'âge de 15 ans, le jeune perçoit plus difficilement la notion de compétence professionnelle et peut aussi éprouver des problèmes de concentration lors de longs exposés.
- **Type d'intervention :** La conférence convient pour tous les thèmes et tous les types d'intervention (réflexion, diffusion de résultats de recherche, stimulation, compte rendu d'expérience professionnelle, etc.).

- **Durée :** La durée de la conférence est variable. Environ 2 heures sont généralement allouées (minimum de 45 minutes, maximum de 3 heures). Il convient donc de savoir à l'avance de combien de temps on dispose.
- **Temps de préparation :** La conférence demande une préparation d'au moins deux semaines. Ceci inclut l'étude des besoins, la préparation de la conférence, la réservation du matériel requis et la publicité. Certaines conférences peuvent toutefois demander des mois de préparation.
- **Contexte privilégié :** La conférence s'articule autour d'un plan minutieusement élaboré (voir annexe A). À qui s'adresse le discours? Quel en est le but? Quelles sont les conséquences envisagées? Dans quel contexte se situe l'activité? Une conférence ne peut tout dire. Le spécialiste invité doit privilégier des axes d'information. L'organisateur de l'événement propose un plan de base qui sera, ensuite détaillé au cours de la conférence. Il peut être judicieux d'effectuer un remue-méninges avec diverses personnes pour faire ressortir les idées et les sentiments sur papier et de retenir par la suite ce qui est valable en vue de préparer le plan de la conférence.

La conférence est une méthode d'apprentissage de style direct. Le spécialiste étale ses connaissances et l'auditoire les emmagasine, en partie. Afin de faciliter la compréhension du discours, la clientèle ciblée doit être informée de la procédure utilisée (but, déroulement, etc.). Le conférencier ou l'animateur annonce la structure et s'y conforme rigoureusement.

Les considérations physiques et techniques déterminent initialement la réussite de la conférence. Il s'agit entre autres de la dimension de la salle, des facilités d'accès à ce lieu, de l'aération, de la visibilité du conférencier, du son, du matériel technique (document, rétroprojecteur, micro, etc.) et de l'éclairage.

La conférence s'adresse à un public composé de personnes ayant un trait en commun (un intérêt, une situation économique, une ambition professionnelle, un cheminement scolaire, un employeur, etc.).

La conférence est une façon d'informer les gens. Le choix de la méthode appartient surtout à l'organisateur. Il sait le temps dont il dispose et les impératifs pédagogiques à atteindre; il connaît la population visée et les arrangements possibles. L'organisateur doit identifier une population-cible et former un consensus autour de la finalité de la conférence. Si la personne en charge de la planification ne connaît pas la population visée, elle doit s'adjoindre un professionnel ayant de fréquents contacts avec les individus concernés. Bref, avant de planifier une conférence, il faut s'assurer d'une assistance réceptive au contenu véhiculé, sinon il y aura absence d'auditoire. Les conférences où la présence est obligatoire devraient favoriser des thèmes de sensibilisation ou d'éveil à une réalité ou à une problématique.

La publicité réfère au processus par lequel l'organisateur annonce les coordonnées finales de la conférence. Il ne s'agit pas d'attirer, de façon tapageuse, le plus grand nombre de personnes mais plutôt de rejoindre une clientèle intéressée au thème proposé. Le message publicitaire est une invitation qui doit contenir les éléments suivants: clientèle visée, sujet, titre professionnel du conférencier, coordonnées de la conférence (local, jour et heure), modalités d'inscription (s'il y a lieu), personne à contacter pour des informations supplémentaires. Les moyens utilisés (mémo, affiche, journal, annonce radio, etc.) dépendent de l'ampleur et des objectifs de la conférence. Ordinairement, la publicité entourant la conférence se fait 2 à 3 semaines avant l'activité; si ce délai est trop long les gens risquent d'oublier. On peut également effectuer un rappel deux jours avant la tenue de la conférence.

La réalisation d'une étude de besoins (ou d'un sondage) permet d'estimer le nombre de personnes susceptibles de participer à la conférence (voir exemple ci-après).

CONFÉRENCE		
(EXEMPLE DE SONDAGE)		
Il serait possible d'organiser une conférence sur _____ (thème à préciser)		
	OUI	NON
Seriez-vous intéressé par le thème de cette conférence?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seriez-vous intéressé à participer à l'organisation de cette conférence?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seriez-vous intéressé à assister à cette conférence?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NOM: _____ Téléphone: _____ (écrire en lettres moulées)		
Remettre pour le _____ à _____ (date) (endroit spécifique)		

1.2 Avantages et inconvénients de la conférence

- **Avantages :**

- S'adresse à des groupes d'âges différents (15 ans et plus).
- Regroupe des populations variées (trait commun).
- Rejoint des auditoires de grandeur variable (20 personnes et plus).
- Implique le recours à un spécialiste compétent.
- Donne beaucoup d'informations en peu de temps.
- Exige une organisation relativement courte et facile.
- S'effectue de manière ponctuelle.

- **Inconvénients :**

- Est difficile de bien cerner le trait commun de l'auditoire.
- Est compliqué d'estimer le nombre de participants avec justesse.
- Est ardu d'évaluer les retombées.
- Tient surtout compte du caractère général et non particulier des informations transmises.
- Suscite des compréhensions inégales voire même contradictoires chez la population-cible.

2. RESSOURCES ET ÉTAPES NÉCESSAIRES À LA RÉALISATION DE LA CONFÉRENCE

2.1 Ressources humaines, financières et matérielles nécessaires à la réalisation de la conférence

- **Ressources humaines :**

- Les ressources humaines nécessaires pour la conférence sont d'abord le conférencier lui-même alors que d'autres ressources peuvent être reliées à des techniciens pour l'opération d'un ordinateur ou pour l'installation de microphones, etc. Il y a aussi le nombre de participants intéressés à assister à la conférence et les autres personnels de l'établissement hôte (directeurs, enseignants, etc.) qui peuvent servir de personnes-ressources ou être invités dans certains cas.

- **Ressources financières :**

- Il est bon d'envisager l'estimation des coûts reliés à la conférence (salle, repas, hébergement, stationnement, déplacement, photocopies, publicité, etc.).
- Il peut y avoir d'autres frais pour le matériel nécessaire (crayons marqueurs, location d'équipement vidéo ou informatique, etc.).
- De plus, dans certaines situations, il peut arriver qu'il y ait des montants versés au conférencier.

- **Ressources matérielles :**

- Tenant compte de la diversité des caractéristiques des individus (ex : auditifs ou visuels), il est préférable de combiner la conférence avec du matériel audiovisuel, une période de questions, des rencontres informelles, etc. De plus, les transparents, la prise de notes ou la remise d'un document écrit peuvent servir d'appui au discours. Parmi les autres possibilités de ressources matérielles on retrouve le caméscope, les diapositives, l'écran, l'estrade, le lutrin, le microphone, les marqueurs, l'ordinateur, le rétroprojecteur, le tableau noir, le tableau de papier, des tables, des chaises, etc.
- Aussi, selon le but visé certaines ressources matérielles conviennent davantage¹

¹ Boisvert, D., Cossette, F. et Poisson, M. (1992). *Animateur compétent, groupes efficaces*. Québec : Éditions Agence d'ARC.

But(s)	Moyens visuels	Qualités
Inventorier	Tableau noir Blocs sur chevalet	<ul style="list-style-type: none"> - Grande surface d'écriture - Facile à effacer - Permet d'ajouter sur le champ des éléments
Expliquer Informier	Rétroprojecteur Blocs sur chevalet	<ul style="list-style-type: none"> - Permet de préparer le contenu à l'avance
Exposer Comparer	Rétroprojecteur	<ul style="list-style-type: none"> - Permet de préparer le contenu à l'avance - Contraste de couleurs - Superposition d'images - Aide-mémoire pour animateur
Démontrer Divertir	Magnétoscope Projecteur de films Projecteur de diapositives	<ul style="list-style-type: none"> - Permet d'ajouter du réalisme

- Il est toujours préférable de vérifier et de régler le matériel utilisé à l'avance. C'est pourquoi, un aide-mémoire peut s'avérer très utile (voir Annexe B).
- De même, à la fin de son exposé, le conférencier peut suggérer une liste d'ouvrages de référence permettant d'approfondir le sujet traité.

2.2 Étapes nécessaires à la réalisation de la conférence

- **Avant :**

Minimum 2 semaines

- 1) Identification du sujet
 - Population visée.
 - Vérification des besoins.
 - Détermination du thème.
 - Plan sommaire de la conférence.
- 2) Organisation de la conférence
 - Demande d'autorisation et établissement du budget (s'il y a lieu).
 - Identification du lieu de la conférence.
 - Identification de l'animateur (s'il y a lieu).
 - Identification de la personne-ressource (conférencier).
 - Détermination des coordonnées (heure, date, etc.).
 - Préparation de l'exposé avec le conférencier.
- 3) Réservation du matériel requis
 - Réservation du local.
 - Réservation de l'équipement technique (s'il y a lieu).
 - Élaboration du plan de publicité.
 - Impression de documents (s'il y a lieu).
- 4) Confirmation de l'activité
 - Confirmation au conférencier.
 - Confirmation à l'animateur.
 - Confirmation du matériel requis.
 - Confirmation à la population cible.

- **Pendant :**

- 1) Vérification des ressources
 - Vérification du matériel demandé (s'il y a lieu).
 - Vérification de l'organisation de la salle.
 - Rencontre des personnes impliquées.
 - Mise au point de la présentation du conférencier.
- 2) Conférence
 - Présentation du conférencier et des procédures retenues.
 - Prestation du conférencier (conférence).
 - Période de questions (s'il y a lieu).
 - Remerciements de la part de l'animateur.
 - Distribution de matériel (s'il y a lieu).
 - Rencontres informelles (s'il y a lieu).

- **Après :**
Minimum 2 semaines
 - 1) Évaluation de la conférence
 - Synthèse des grilles d'évaluation (voir section 5.2).
 - Évaluation du contenu de l'exposé par rapport aux attentes de la population visée (voir section 5.3).
 - Rédaction d'une lettre de remerciement au conférencier (et à son supérieur, s'il y a lieu) (voir annexe C).
 - Bilan financier.
 - Rédaction du rapport de la conférence (s'il y a lieu) (voir section 5.4).

3. PRINCIPES À RETENIR CONCERNANT LA CONFÉRENCE

La conférence :

- Est un exposé sans interruption en un temps relativement court.
- Porte sur un thème spécifique clairement identifié.
- Requiert un langage clair et précis, adapté à la clientèle.
- Permet de donner beaucoup d'informations à un nombre élevé de personnes.
- Convient pour tous les thèmes et tous les types d'intervention.
- Demande une préparation d'au moins deux semaines incluant l'étude des besoins, la préparation de la conférence, la réservation du matériel requis, de la publicité et la confirmation de l'activité.
- S'articule autour d'un plan minutieusement élaboré.
- Est une méthode d'apprentissage de style direct.
- Nécessite une assistance réceptive au contenu véhiculé, sinon il y aura absence d'auditoire.
- Permet de rejoindre une clientèle intéressée au thème proposé.
- Requiert des ressources humaines, financières et matérielles.
- Exige une évaluation afin d'obtenir une réflexion et une synthèse des buts escomptés et des résultats obtenus.

4. SUGGESTIONS CONCERNANT L'ACTUALISATION DE LA CONFÉRENCE

4.1 Exemples de thèmes en lien avec la conférence s'adressant à la population-cible

- La description d'une profession (monographie professionnelle).
- Le décrochage scolaire.
- Le lien entre les professions et les études.
- L'importance de la formation générale dans le monde du travail.
- Les attentes des employeurs face aux jeunes et aux adultes.
- Le fonctionnement d'une grande, d'une moyenne ou d'une petite entreprise.
- Le bénévolat comme expérience de travail.
- Les secteurs professionnels d'avenir.
- L'importance de l'implication dans des activités scolaires et parascolaires.
- L'importance de la poursuite des études.
- La recherche d'emploi.
- La recherche en sciences.
- L'importance du français (parlé et écrit) dans le monde du travail.
- La mobilité professionnelle ou l'avancement professionnel.
- Les ressemblances entre l'école et l'entreprise.
- L'entrepreneursip ou être son propre patron.
- Une carrière bien remplie (notion de carrière et de changement d'emploi).
- La satisfaction au travail.
- Le lien entre le travail et la personnalité.
- La sélection en entreprise.
- La valeur du diplôme secondaire.
- La valeur de l'expérience professionnelle.
- Y a-t-il une place à l'erreur sur le marché du travail?

a) Quelques possibilités de développement de la conférence par rapport à certains thèmes

- | | |
|---------------------|--|
| 1) Thème: | La description d'une profession |
| Problématique: | « Je ne sais pas quoi faire » - « J'aimerais connaître plus de professions » |
| But: | Renseigner les jeunes et les adultes sur une profession |
| Personne-ressource: | Un travailleur de cette profession - un représentant d'un ordre professionnel ou d'une association professionnelle |
| Sous-thèmes: | 1) nature du travail (ce que c'est) <ul style="list-style-type: none"> a) fonctions exercées b) conditions de travail 2) préparation requise (ce que ça prend) <ul style="list-style-type: none"> a) personnalité - intérêts - aptitudes b) formation et exigences |

- 3) perspectives d'emploi (ce que ça donne)
 a) salaire - avantages et inconvénients liés à l'emploi
 b) taux de placement - perspectives d'emploi
- 2) Thème: Le décrochage scolaire: un cas vécu
 Problématique: « À quoi ça sert l'école? » - « Je suis tanné de l'école »
 But: Prévenir l'abandon scolaire
 Personne-ressource: Un décrocheur
 Sous-thèmes: 1) mûrissement de la décision (ce que je pensais avant)
 2) réalité du vécu personnel
 3) solutions disponibles au décrocheur (conséquences personnelles, sociales et économiques)
- 3) Thème: L'importance de la formation générale dans le monde du travail
 Problématique: « On n'apprend rien à l'école »
 But: Inciter les jeunes et les adultes à poursuivre leurs études
 Personne-ressource: Cadre d'entreprise - agent d'un centre d'emploi - économiste
 Sous-thèmes: 1) utilité de la formation générale
 2) présentation des emplois de demain
 3) importance d'augmenter ses connaissances
- 4) Thème: Les attentes des employeurs face aux jeunes et aux adultes
 Problématique: « J'ai pas besoin d'étudier pour travailler »
 But: Démontrer le lien entre le comportement à l'école et le comportement sur le marché du travail
 Personne-ressource: Agent de développement de la main-d'œuvre - patron d'une entreprise - représentant d'une association d'employeurs - contremaître d'usine - directeur de personnel - jeune travailleur
 Sous-thèmes: 1) importance du diplôme
 2) importance de la personnalité lors de l'entrevue de sélection
 3) comportements spécifiques à l'école comme indices du comportement du travailleur
- 5) Thème: Le fonctionnement d'une grande entreprise
 Problématique: « À l'école, c'est pas comme au travail »
 But: Renseigner sur les multinationales
 Personne-ressource: Cadre d'une grande entreprise (secteur industriel ou de services)
 Sous-thèmes: 1) organigramme (ligne d'autorité)

- 2) fonctionnement interne (division des tâches)
3) rôle social et économique de l'entreprise
- 6) Thème: Le fonctionnement d'une petite entreprise
 Problématique: « Je veux partir à mon compte »
 But: Renseigner les jeunes et les adultes sur les entreprises locales
 Personne-ressource: Patron d'une petite entreprise locale
 Sous-thèmes: 1) histoire de l'entreprise
 2) fonctionnement interne
 3) problèmes rencontrés et ressources disponibles
- 7) Thème: Le bénévolat comme expérience de travail
 Problématique: « Si ça paye pas, ça vaut rien »
 But: Démontrer l'importance des compétences acquises
 Personne-ressource: Un client des services bénévoles - cadre d'entreprise où il y a des bénévoles - représentant d'une association de bénévoles - travailleur bénévole - conseiller d'orientation
 Sous-thèmes: 1) vécu de la personne-ressource en matière de bénévolat
 2) avantages et inconvénients du bénévolat
 3) rôle du bénévolat dans le cheminement d'orientation
- 8) Thème: L'entrepreneurship ou être son propre patron
 Problématique: « Je veux pas qu'on me pile sur les pieds: je veux être le boss »
 But: Démontrer que même un patron a des comptes à rendre
 Personne-ressource: Cadre d'entreprise - dirigeant d'entreprise - professionnel - contremaître
 Sous-thèmes: 1) structure de l'entreprise
 2) cheminement de carrière de la personne-ressource
 3) avantages et inconvénients d'être son propre patron
- 9) Thème: Les secteurs professionnels d'avenir
 Problématique: « Je veux être sûr d'avoir un job »
 But: Renseigner sur les perspectives professionnelles prometteuses d'emploi
 Personne-ressource: Économiste - responsable de la formation de la main-d'œuvre
 Sous-thèmes: 1) exactitude des prévisions à long terme
 2) secteurs les plus prometteurs
 3) importance de la formation continue

4.2 Exemples de thèmes en lien avec la conférence s'adressant aux intervenants oeuvrant auprès de la population-cible

- Les attentes des employeurs en fonction de la formation en français de niveau secondaire.
- Les attentes des employeurs en fonction de la formation professionnelle au secondaire.
- Les enseignants et les employeurs: des attentes uniques face aux jeunes et aux adultes.
- Le décrochage scolaire vu par les employeurs.
- La formation générale et les possibilités sur le marché du travail.
- La situation économique locale.
- La valeur du diplôme face à l'emploi.
- La formation universitaire et l'enseignement au secondaire.
- La réalité professionnelle des femmes.
- L'importance de la formation scolaire selon les employeurs.
- La connaissance des entreprises.
- La connaissance des relations possibles entre une entreprise et une institution de formation.
- Les maladies professionnelles.
- L'entrevue d'emploi.
- Les alternatives extra-scolaires pour les décrocheurs.
- La concurrence internationale et la formation des jeunes et des adultes.

4.3 Exemples de thèmes en lien avec la conférence s'adressant aux collaborateurs du monde du travail

- La connaissance du système scolaire.
- La connaissance des programmes de formation générale et professionnelle.
- La connaissance des programmes de formation de la main-d'œuvre.
- La connaissance des exigences du monde scolaire.
- Les particularités de chacune des institutions de formation de la région.
- Les attentes du monde scolaire face au monde du travail.
- Les choix scolaires et professionnels des femmes.
- La valeur réelle des notes scolaires et du diplôme.
- La profession enseignante.
- Le mode de fonctionnement (gestion) des institutions de formation.
- Les relations possibles entre la formation générale et le travail en entreprise.
- Le type et le contenu de documentation utile pour les éducateurs intervenants.
- Les attentes de l'école face au marché du travail.
- Les ressources disponibles dans les établissements de formation.

5. ÉVALUATION DE LA CONFÉRENCE

5.1 Considérations générales par rapport à l'évaluation de la conférence

La conférence se termine habituellement par une évaluation. Celle-ci permet d'obtenir une réflexion et une synthèse des buts escomptés et des résultats obtenus. Il est important de prendre le temps de faire cette évaluation, de préférence par écrit et de façon anonyme. L'organisateur peut laisser les grilles d'évaluation à l'entrée de la salle en indiquant aux personnes de les remettre à la sortie. Cette procédure est sans doute la plus efficace et la plus rapide. En général, il faut s'attendre à un peu moins de 25% de retours de la participation initiale (ceci n'exclut pas les commentaires oraux à la fin de la séance). Toutefois, rappelons que l'animateur doit souligner aux participants, lors de la période de remerciements, l'importance d'obtenir leur évaluation écrite. Ce genre de rappel augmente souvent le nombre de réponses obtenues. Pour les conférences offertes dans les écoles secondaires, on peut exiger une évaluation écrite de tous les élèves.

5.2 Exemples de grilles d'évaluation de la conférence

ÉVALUATION DE LA CONFÉRENCE (À COMPLÉTER PAR LA POPULATION-CIBLE)		
THÈME : _____		
PERSONNE-RESSOURCE: _____		
DATE: _____		
En général avez-vous apprécié la conférence?	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
PRINCIPALES NOTIONS RETENUES:		
Ce que vous avez aimé	Ce que vous n'avez pas aimé	
Autres commentaires :		

**ÉVALUATION DE LA CONFÉRENCE
(À COMPLÉTER PAR LA POPULATION-CIBLE)**

THÈME : _____

PERSONNE- RESSOURCE : _____

DATE : _____

	Pas du tout	Un peu	Moyen	Beaucoup
Le thème de la conférence vous intéressait	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La conférence a répondu à vos attentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les informations présentées étaient claires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les informations présentées étaient précises	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les informations présentées étaient complètes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'endroit était approprié (son, chaleur, grandeur du local, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le déroulement de la conférence était adéquat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le temps alloué à la conférence était adéquat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

• Autres commentaires :

5.3 Exemple d'une grille d'évaluation d'un exposé ²

ÉVALUATION D'UN EXPOSÉ (À COMPLÉTER PAR LA POPULATION-CIBLE)	
Nom de l'orateur : _____	
Nom de l'observateur : _____	
FORME	
1. Introduction ___/5 contact _____ objectifs _____ annonce de l'exposé _____	6. Questions de l'auditoire ___/5 reformulation _____ réponse _____ vérification _____
2. Plan et structure ___/5 définitions _____ énoncé du plan _____ rappel du plan _____ transition _____ durée _____	7. Autres commentaires ___/5 préparation générale _____ titre de l'exposé _____ autres _____
3. Illustrations ___/5 simples et lisibles _____ pertinentes _____	8. Maîtrise du sujet ___/5 assimilation des connaissances _____ délimitation de la question _____ distinction entre essentiel et accessoire _____ originalité _____
4. Variation des stimuli ___/5 volume de la voix _____ intonation _____ débit _____ gestes et déplacements _____ direction du regard _____	9. Bases théoriques et documentation ___/5 données documentaires ou faits objectifs _____ bases théoriques solides _____ documentation suffisante _____ documentation pertinente _____
5. Conclusion ___/5 rappel de l'objectif _____ résumé _____ message final significatif _____	10. Capacités d'analyse ___/5 maniement des concepts _____ évaluation des faits et intégration au raisonnement _____ conduite du raisonnement et aboutissement _____

Barème de correction : Très mauvais (1 point)
 Mauvais (2 points)
 Bon (3 points)

Très bon (4 points)
 Excellent (5 points)

² Chassé, D. et Prégent, R. (1990). *Préparer et donner un exposé*. Montréal : Éditions de l'École Polytechnique de Montréal.

5.4 Rapport de la conférence

Le rapport de la conférence est un document synthèse. Il peut servir d'aide-mémoire pour une organisation ultérieure similaire ou s'adresser à une autorité institutionnelle en tant que compte rendu de l'activité effectuée. Un rapport de type critique qui insiste sur des faits saillants résumera mieux la portée de la conférence qu'une description détaillée de l'organisation.

Le rapport de type critique se divise en trois parties principales: une synthèse (exposer les faits), une critique (évaluer les résultats) et des recommandations (mentionner des éléments concrets et réalistes). Cet exercice écrit s'élabore peu de temps après la fin de l'activité, suite au bilan financier (s'il y a lieu) et à l'évaluation des participants. Règle générale, plus ce rapport sera clair et concis, plus il sera utile et lu.

- **Exemple d'un rapport de conférence**

EXEMPLE D'UN RAPPORT D'UNE CONFÉRENCE		
Thème: _____		
Nom du conférencier: _____		
Statut professionnel du conférencier: _____ Téléphone: () _____		
Nom de l'organisateur: _____		
Fonction de l'organisateur: _____		
Nom de l'animateur: _____ Téléphone: () _____		
Date: _____ Endroit: _____ Heure: _____		
Lieu: _____ Local: _____ Durée: _____		
SYNTHÈSE	a) population visée	_____
	b) but(s)	_____
	c) participation	_____
	d) organisation	_____
ÉVALUATION	a) points forts:	1- _____
		2- _____
		3- _____
	b) points faibles:	1- _____
		2- _____
		3- _____
RECOMMANDATIONS	1- _____	
	2- _____	
	3- _____	

6. BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE SUR LA CONFÉRENCE

Boisvert, D., Cossette, F. et Poisson, M. (1992). *Animateur compétent, groupes efficaces*. Québec : Éditions Agence d'Arc.

Cajolet-Laganière, H., Collinge, P., et Laganière, G. (1988). *Rédaction technique et administrative*. Sherbrooke : Éditions Laganière.

Chassé, D. et Prément, R. (1990). *Préparer et donner un exposé*. Montréal : Éditions de l'École Polytechnique de Montréal (<http://www2.polymtl.ca>).

Destrez, T. (1997). *Demain, je parle en public : Réussir vos interventions orales*. Paris : Les éditions Dunod.

Du moulin de Labarthète, A. (1997). *La Communication événementielle : réussir conférences, colloques, convention...* Paris : Les éditions DEMOS.

Fontaine, D., Nault, C. et Richer, M. (1999). *Guide d'auto-accompagnement en recherche d'emploi*. Sherbrooke : Les Éditions du CRP.

Frankland, M. (1988). *La communication orale efficace*. Laval, Québec : Les Éditions Munia.

Girard, F. (1985). *Apprendre à communiquer en public*. Mont Saint-Hilaire, Québec : Les Éditions La lignée Inc.

Industry Education Councils. (1986). *Industry-Education Partnership Councils Handbook*. Hamilton-Wentworth, ON : Industry Education Councils.

Industry Education Councils. (1986). *Student Marketing Conference*. Hamilton-Wentworth, ON : Industry Education Councils.

Ikeme, T.N. (1991). The Effect of Career Conference on the Career Choice Competencies of Secondary School Students. *Nigerian Journal of Guidance and Counselling*, 4 (1-2), 37-34.

Myers, G. E. et Myers, M. T. (1990). *Les bases de la communication*, 2e édition. Québec : McGraw-Hill.

Robidoux, L.A. (1989). *L'art de parler en public*. Montréal : Les éditions Guérin.

Tournier, M. (1981). *Typologie des formules pédagogiques*. Québec : Éditions du Griffon d'argile.

Vermette, J. (1992). *La parole en public*. Sainte-Foy, Québec: Les Presses de l'Université Laval.

Site Internet sur la conférence

<http://www.gel.ulaval.ca/~poussart/gel211405/methot.html> (Ce site décrit comment réussir une présentation technique)

ANNEXE A
EXEMPLE D'UN PLAN DE LA CONFÉRENCE

PLAN DE LA CONFÉRENCE

But de la conférence : _____

Titre de la conférence : _____

Identification de la clientèle visée : _____

Nombre de personnes participantes : _____

PLAN	THÈME ET SOUS-THÈMES	DURÉE ET COMMENTAIRES
Introduction	Thème et expérience personnelle Idées principales. But de la conférence et objectif personnel.	Allouez environ 10 à 15% du temps. Présentez seulement 2 à 4 idées principales. Attirez l'attention, suscitez l'intérêt.

Développement	Première idée principale Idées secondaires a) explication b) exemple concret Résumé de la première idée principale. Deuxième idée principale. Etc.	Développez seulement 2 ou 3 idées secondaires reliées à l'idée principale. Utilisez des exemples compréhensibles pour l'auditoire (reliés à leur vécu).

Conclusion	Résumez brièvement les idées principales et l'objectif poursuivi. Effectuez la relation avec le but de la conférence. Terminez par les remerciements d'usage.	Allouez environ 10 à 15% du temps.

PLAN DE LA CONFÉRENCE

Introduction

- élément déclencheur:
- titre de l'exposé:
- annonce des objectifs:
- indications sur le déroulement:

Durée

Illustrations

Développement des idées principales

Idées secondaires

Durée

Illustrations

tableau noir, tableau de papier, transparents, diapositives, photocopies, vidéos, etc.)

1. _____

1.1 _____

(transition)

1.2 _____

1.3 _____

2. _____

2.1 _____

(transition)

2.2 _____

2.3 _____

3. _____

3.1 _____

3.2 _____

3.3 _____

Conclusion

- rappel des points principaux
- message final

ANNEXE B
EXEMPLE D'UN AIDE-MÉMOIRE POUR LA CONFÉRENCE³

AIDE-MÉMOIRE POUR LA CONFÉRENCE

Avez-vous pensé à tout?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Annonce de la manifestation suivante | <input type="checkbox"/> Liste des officiels (trombinoscope) |
| <input type="checkbox"/> Badges | <input type="checkbox"/> Lutrin |
| <input type="checkbox"/> Brief (hôtesses, agents de sécurité) | <input type="checkbox"/> Marqueurs pour paper-board |
| <input type="checkbox"/> Buffet | <input type="checkbox"/> Micro ordinateur portable |
| <input type="checkbox"/> Cadeau intervenant (qui le remet?) | <input type="checkbox"/> Microphones fixes et mobiles |
| <input type="checkbox"/> Cadeaux clients | <input type="checkbox"/> Moyen d'accès du conférencier |
| <input type="checkbox"/> Caisse (monnaie) | <input type="checkbox"/> Ouvrages en exposition ou en vente |
| <input type="checkbox"/> Cavaliers (nom des intervenants) | <input type="checkbox"/> Paperboard |
| <input type="checkbox"/> Chaises pliantes supplémentaires | <input type="checkbox"/> Paravents |
| <input type="checkbox"/> Chauffage (réglage) | <input type="checkbox"/> Stationnement |
| <input type="checkbox"/> Conducteur | <input type="checkbox"/> Question (qui pose la première?) |
| <input type="checkbox"/> Comptage des présents | <input type="checkbox"/> Photographe |
| <input type="checkbox"/> C.V. de l'intervenant | <input type="checkbox"/> Places réservées |
| <input type="checkbox"/> Décoration florale | <input type="checkbox"/> Pointage |
| <input type="checkbox"/> Diapositives | <input type="checkbox"/> Pompier |
| <input type="checkbox"/> Dispositif de vote | <input type="checkbox"/> Portable |
| <input type="checkbox"/> Documents à disposition | <input type="checkbox"/> Projecteur de diapositives |
| <input type="checkbox"/> Documents à remettre | <input type="checkbox"/> Réservation des sièges |
| <input type="checkbox"/> Eau pour le conférencier | <input type="checkbox"/> Salle |
| <input type="checkbox"/> Éclairage (circuits électriques) | <input type="checkbox"/> Sécurité |
| <input type="checkbox"/> Enregistrement | <input type="checkbox"/> Signalétique |
| <input type="checkbox"/> Estrade | <input type="checkbox"/> Statistiques de réponses |
| <input type="checkbox"/> Feutrine | <input type="checkbox"/> Table ronde (pour débats) |
| <input type="checkbox"/> Flèche lumineuse (pour diapositives) | <input type="checkbox"/> Tables d'appoint |
| <input type="checkbox"/> Traiteur (heure d'arrivée) | <input type="checkbox"/> Téléphones |
| <input type="checkbox"/> Hôteses | <input type="checkbox"/> Transparents |
| <input type="checkbox"/> Issues de secours (évacuation) | <input type="checkbox"/> Vestiaire (cintres, tickets) |
| <input type="checkbox"/> Liste des invités (réponses) | <input type="checkbox"/> Vidéo-projecteur |
| <input type="checkbox"/> Liste des numéros de téléphone utiles | <input type="checkbox"/> Vidéotransmission |

³ Du moulin de la Barthète, A. (1997). *La communication événementielle : réussir conférences, colloques, conventions ...* Paris : Demos, p.38.

ANNEXE C
EXEMPLE D'UNE LETTRE DE REMERCIEMENT

LETTRE DE REMERCIEMENT

Ville / jour / mois / année

Nom du conférencier
Titre professionnel du conférencier
Adresse
Ville (Province), Code postal

Bonjour Monsieur ou Madame _____,

Une fois de plus, nous désirons vous remercier bien sincèrement pour la conférence (précisez le titre) que vous avez présentée (précisez le lieu et la date). Sachez que nous apprécions au plus haut point la diligence avec laquelle vous avez répondu à notre demande ainsi que le temps et les efforts consacrés à la préparation de votre présentation. Cette rencontre fut très appréciée par toutes les personnes participantes.

Dans l'attente d'une éventuelle collaboration, nous vous prions d'accepter l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Signature
Votre nom en lettres moulées
Votre numéro de téléphone