

L'avis de l'expert

Aborder le narratif

Nous avons du mal à nous figurer l'étendue de l'influence du récit que nous appelons désormais «storytelling». En français, nous pourrions le traduire par «narration» qui, à son origine, désigne la mise en relation de faits par une structuration stratège d'idées. Partout et nulle part à la fois, dans les mémoires ou les perceptions, les récits infusent les communautés. Ils se transmettent, si ces derniers réussissent à évoquer des images mentales assez fortes et persuasives. Mais comment créer cette fameuse histoire? Lumière.

J'aime à dire à nos étudiantes et étudiants de l'ESM* que c'est une pâte à modeler qui se moule dans son support et se diffuse sur de nombreux canaux par-delà le discours. Son secret? L'immatérialité. Que vous parliez d'un petit artisan dans son atelier, d'une vision globale et partisane de politique nationale ou bien même des performances d'une grande entre-

prise de la tech, le ressort d'expression demeure. Vous allez tenter de mettre en lien des faits qui font sens, et vous le faites avec une intention. Notre capacité à créer une matière narrative et à la réceptionner est innée. Depuis

«Fictifs ou réels, héroïques ou non, fédérateurs ou exclusifs, les récits jouent sur nos capacités naturelles d'écoute et d'interprétation.»

l'âge antique des mythes, nous agitons les mots pour narrer. Fictifs ou réels, héroïques ou non, fédérateurs ou exclusifs, les récits jouent sur nos capacités naturelles d'écoute et d'interprétation.

Voici un triptyque qui permet de comprendre la manière dont l'histoire se bâtit: sémantique, récit et influence. Premièrement, la sémantique, le vocabulaire définit nos valeurs et provoque l'identification. Ensuite, le récit, la mise en lien d'idées permet d'établir une trame et de relater des faits contextualisés. Finalement, l'influence, l'impact du tout sur nos comportements et la capacité de cette matière à prendre de la place dans nos mémoires. Si je vous parle d'une pomme, d'un thé et d'un paysage, quels rapports? Récit: «En croquant cette pomme de verger au petit matin, l'appel de la nature se fit entendre. Il partit donc rançonner et observer les monts. Au sommet, il but son thé alpin face

à un paysage inspirant.» J'ai désormais un script qui pourrait avoir plusieurs utilités et déclinaisons. La sémantique concerne la nature et le terroir, c'est un récit d'exploration et je touche les communautés qui aiment les moments au grand air. Voici une synthèse du processus. L'histoire est une invitation à concevoir. Notre capacité à l'analyser est essentielle, et c'est ce que nous proposons dans le cadre de la formation. Voilà donc ce que les entreprises ne doivent pas négliger en formant les personnes concernées au storytelling.

* ESM, École de management et de communication
esm.ch



**Jean-François
Fontaine**
Rédacteur
et intervenant
à l'ESM