

COIN INTELLO : Le storytelling

02-12-2007

-

Raconter une histoire.

-

L'expression fait son chemin dans le volapük managérial.

-

Vous procédez à une fusion : il faut inventer une histoire.

-

Vous voulez convaincre des investisseurs : racontez-leur une histoire.

-

Et pour recruter un candidat hésitant, rien de tel qu'un beau conte de fée.

-

Les anglo-saxons désignent par « storytelling » le discours narratif comme mode d'explication et de commandement.

-

Au-delà de l'entreprise, il s'étend au monde politique et à celui de la publicité.

-

Partout, pour convaincre, on recourt volontiers au récit plutôt qu'à la démonstration.

-

Les communiqués de presse n'échappent pas à ce phénomène : beaucoup relèvent du storytelling.

-

Mais pourquoi se limitent-ils trop souvent à un genre convenu ?

-

Si le storytelling réussit, c'est qu'il parle au cœur : pour pleinement profiter de cette technique, les communiqués de presse qui s'en inspirent gagneraient à souligner la dimension humaine des réussites qu'ils annoncent.

Voir notamment Christian Salmon, *Storytelling*, La Découverte, 2007.