

# PAST-TIMES



**Storytelling: les bases**

# Module 1, Unité 2 : Comment écrire une histoire

*Storytelling: qu'est-ce que c'est exactement?*



# Introduction

Le storytelling, c'est l'art de raconter des histoires pour faire passer un message. Les marques appliquent cette technique pour vendre leurs produits ; plus l'histoire vous en dira, plus elle enverra un message fort et plus elle imprégnera votre mémoire.

C'est utilisé comme technique de marketing mais aussi dans des fictions. Pixar, par exemple, est bien connu pour l'utiliser dans ses dessins animés.



*Vice Versa, Pixar (2015)*

“

*« Nous avons tous besoin d'histoires comme nous avons besoin de nourriture pour notre corps : nous regardons la télévision, allons au cinéma et au théâtre, lisons et échangeons des histoires avec nos amis. Les histoires sont particulièrement importantes dans la vie de nos enfants : les histoires aident les enfants à comprendre leur monde et à le partager avec les autres. La soif d'histoires des élèves est constante. Chaque fois qu'ils entrent dans votre classe, ils ont besoin d'histoires. »*

*(Wright, 1995 cite dans Miskiewicz, 2004)*

# Communiquer par l'émotion

- Il suffit de trouver l'image que l'on veut véhiculer à travers le récit, ses valeurs, les émotions que l'on veut évoquer dans l'autre. Cette méthode s'applique à un produit, ou plus largement à une marque ou à un énoncé. Vous devez donc déterminer à l'avance le public cible auquel vous allez vous adresser, vous ne parlez pas à un enfant comme vous le feriez à un adulte.
- Voici un exemple de récit : une vidéo réalisée pour l'office du tourisme du Pérou, le produit est ici le Pérou, voulez-vous y aller après avoir vu ce spot ?

<https://www.youtube.com/watch?v=sTUi3JTURys>

# Conseils des professionnels

Emma Coats, une conteuse de Pixar, a tweeté sur Twitter une série de directives de base qu'elle a apprises de ses collègues les plus expérimentés sur la façon de créer des histoires attrayantes :

*Il était une fois, il y avait \_\_\_.*

*Chaque jour, \_\_\_.*

*Un jour, \_\_\_.*

*A cause de cela, \_\_\_.*

*A cause de cela, \_\_\_.*

*Jusqu'à ce que, finalement \_\_\_*

## Conseils des professionnels (2)

- *#1: Vous admirez un personnage pour avoir essayé plus que nécessaire pour qu'il réussisse.*
- *#2: Trouvez la fin avant de trouver le milieu de votre histoire.*
- *#3: Lorsque vous êtes coincé, dressez une liste de ce que vous ne voulez pas qu'il se produise par la suite.*
- *#4: Donnez des opinions à vos personnages.*
- *#5: Couchez vos idées sur papier vous permet de commencer!*

# La colonne vertébrale d'une histoire

THE STORY SPINE	STRUCTURE	FUNCTION
Once upon a time...	Beginning	The world of the story is introduced and the main character's routine is established.
Every day...		
But, one day...	The Event	The main character breaks the routine .
Because of that...	Middle	There are dire consequences for having broken the routine. It is unclear if the main character will come out alright in the end.
Because of that...		
Because of that...		
Until finally...	The Climax	The main character embarks upon success or failure
And, ever since then...	End	The main character succeeds or fails, and a new routine is established.

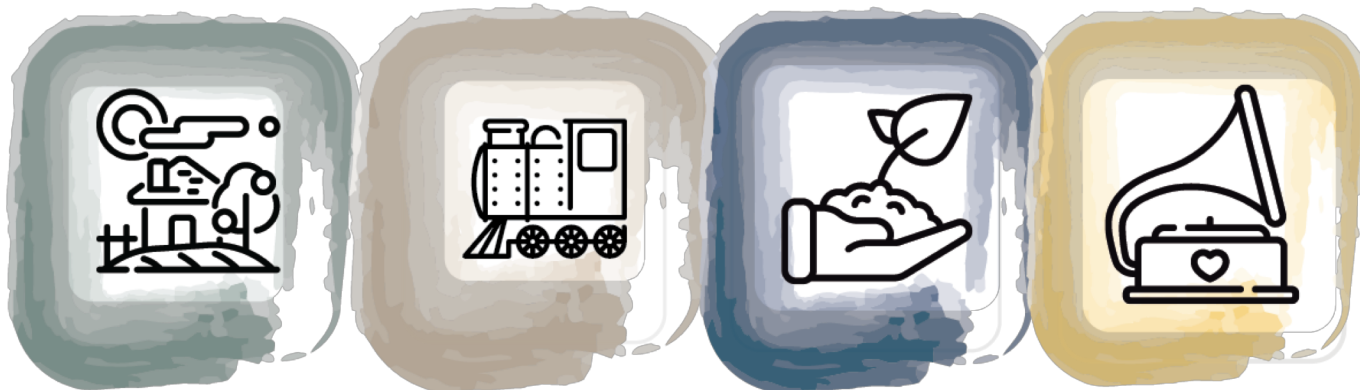


Merci de votre attention, vous  
êtes maintenant prêt à écrire  
votre première histoire !

*Avez-vous des questions?*



# PAST-TIMES



inn<sup>o</sup>ventum



INNEO



S V E B ■  
F S E A ■



The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.