

TABLE DES MATIÈRES

Introduction - Qui part à la chasse...	15
A. <i>Qui j'étais à six ans et demi</i>	15
B. <i>En avant pour l'an 2.0</i>	16
C. <i>Quelle place pour les gentils ?</i>	20
D. <i>Notre rapport à l'immonde</i>	22
E. <i>Comment cet ouvrage est-il bâti ?</i>	23
Chapitre 1 - Pourquoi les histoires parlent-elles aux gens ?	25
A. <i>Les histoires d'une vie</i>	25
1. <i>La maman, le livre et le garçon qui refusait de dormir</i>	26
2. <i>Pourquoi mon Hamster est-il mort en me regardant ?</i>	28
3. <i>Et les bras de maman</i>	30
B. <i>C'est beau, l'amour (pour vendre)</i>	34
C. <i>Un lien qui attache</i>	35
D. <i>Le réflexe du récit</i>	36
E. <i>Le creuset social</i>	36
1. <i>L'identification</i>	39
2. <i>L'explication symbolique (la recherche de sens)</i>	42
3. <i>Le stéréotype</i>	46
F. <i>La fiche technique de fin de chapitre</i>	50
1. <i>C'est quoi l'inconscient ?</i>	50
2. <i>Pourquoi est-ce important ?</i>	52
Chapitre 2 - Il était une fois.....	55
A. <i>Aux origines de la structure narrative</i>	55
B. <i>Un précurseur sauve l'Europe en 18</i>	56
C. <i>La politique et la renaissance du récit</i>	58

D.	Vers un Storytelling 2.0	59
E.	Les marques, c'est toute une histoire	60
F.	La fiche technique de fin de chapitre	62
1.	C'est quoi une marque ?.....	62
2.	Pour quelles raisons est-ce important ?.....	63
Chapitre 3 - Pourquoi bien faire, si nous pouvons bâcler ?.....		69
A.	L'indispensable « Être pro ».....	69
B.	De la non-communication brutale	72
C.	Sartre et les mains sales	76
1.	La non-politisation du secteur	77
2.	La professionnalisation des techniques de communication et plus largement de marketing.....	77
3.	L'acceptation des règles et codes de fonctionnements sociaux de la société	78
D.	La fiche technique de fin de chapitre	78
1.	C'est quoi la communication d'empreinte ?	79
2.	Et pourquoi est-ce important ?	80
Chapitre 4 - Pour les histoires aussi, il y a des ficelles à connaître.....		83
A.	Raconter une histoire sans raconter d'histoires	83
B.	Des histoires qui changent le monde.....	86
1.	Changer le monde !.....	88
2.	Les deux écoles du non-marchand	90
3.	Qui est plus pauvre que moi ?	92
C.	Des histoires qui font de nous des héros.....	94
D.	Des histoires pour entrer dans l'Histoire	100
E.	Des histoires que l'on partage	103
F.	Des histoires qui parlent de moi.....	105
G.	Une histoire qui tisse des liens	107
H.	Une histoire de notre époque	111
1.	Le culte de l'ignorance	115
2.	Les canaux réseaux	119
3.	L'intelligence intuitive.....	122
I.	Une histoire qui a du style	124

J.	Une histoire qui m'intéresse ou qui me surprend	126
K.	La fiche technique de fin de chapitre	134
1.	C'est quoi la part « affective » des campagnes de prévention ?	134
2.	Pourquoi est-ce important ?	141
Chapitre 5 - En pratique, comment échafauder une histoire ? ...		143
A.	Construction d'un récit	144
B.	Encore la « faute » aux Grecs	144
1.	L'équilibre nécessaire	144
2.	Les phases du récit	146
C.	La fiche technique de fin de chapitre	157
1.	C'est quoi le détail ?	158
2.	Pourquoi est-ce important ?	160
Chapitre 6 - S'imaginer en héros.....		163
A.	Les univers du héros	163
B.	Les archétypes du héros	170
C.	La fiche technique de fin de chapitre	174
1.	C'est quoi le héros humanitaire, le sauveur social ?	174
2.	Pourquoi est-ce important ?	175
Chapitre 7 - Le short-telling.....		179
A.	Méthodologie	180
1.	Le héros et son environnement	181
2.	L'épreuve	183
3.	Les alliés et les ennemis	184
4.	La reconnaissance / La réussite	186
B.	Créer une image par l'histoire : les Picture Stories	187
1.	Définition de la Picture story	187
2.	La corde à 7 nœuds	187
C.	Quand l'histoire se fige	201
1.	La Non-histoire	201
2.	Le figé	203
3.	Le moulu-mélangé	205
D.	La fiche technique de fin de chapitre	206
1.	C'est quoi la Digital Story ?	206
2.	Pourquoi est-ce important ?	210
Une page et demie pour conclure.....		213