



Transmettez de façon plaisante des messages forts à votre auditoire en opposant deux ou plusieurs personnages dans votre narration.

Héritées de l'Antiquité, les fables permettent à leur auteur d'éduquer facilement l'auditoire par des textes courts et bien souvent distrayants.

MÉTHODE D'UTILISATION

La fable repose sur une situation conflictuelle, s'achevant sur une prise de conscience morale :

- I Débutez par une **situation conflictuelle** qui constituera le moteur de votre récit et en **nouera l'intrigue par l'opposition** nette de deux ou plusieurs personnages.
- II Grâce à **un évènement narratif imprévu**, celui qui était en position haute se retrouve en position basse et vice versa. Utilisez ce double renversement pour transmettre un message fort, facile à identifier pour l'auditoire. Ce dernier peut être explicitement exprimé, ou rester implicite dans votre histoire.

EXEMPLE

Les Fables de la Fontaine font ici figure d'exemple. Sachez que si Jean de La Fontaine mettait en scène des animaux pour éviter la censure, il vous est tout à fait possible de remplacer ces derniers par des personnages humains !



IMPACT

L'objectif de la fable n'est pas de projeter l'auditoire dans le récit, mais de **le placer en position d'observateur**. C'est un puissant levier de réflexion, favorisant la transmission d'un message moral fort.

QUAND L'UTILISER ?

Lorsque vous souhaitez faire passer un **message fort de façon douce** et plaisante.

Lorsque vous souhaitez **remettre en question une idée reçue** et amener à une prise de conscience.

Si vous voulez utiliser cette technique de storytelling pour votre pitch, reproduisez ce schéma (sur le canevas Storytelling) pour y noter votre contenu avant de le rédiger au propre.

COMME UNE FABLE

PERSONNAGE(S) 1



PERSONNAGE(S) 2

