

Réaliser une success story

Qu'est ce qu'une success story?

C'est un récit ou une analyse, à la fois chronologique et synthétique, qui traite de la réussite d'une personne (ou d'une organisation) et des raisons du succès. Courte histoire, elle permet de témoigner et de valoriser l'efficacité des actions conduites sur le terrain. Basée sur des témoignages, elle montre les changements et les améliorations engendrées par les actions.

A quoi peut servir un tel outil?

Outil de communication: Il permet de témoigner de changements dans la vie d'individus (ou de l'évolution d'une structure) et d'encourager au changement les personnes ou groupes de personnes qui peuvent s'identifier à eux.

Outil d'évaluation: Réalisé à plusieurs dates, il permet de suivre l'évolution des personnes interrogées et de leurs projets. Il reflète l'amélioration de la situation des bénéficiaires d'un projet et peut être utilisé pour témoigner de façon qualitative des effets de ses actions.

Comment recueillir les informations?

- **Instaurer un climat de confiance**, propice à la confiance des personnes interrogées, qui seront invitées à présenter leur parcours personnel : introduction, présentation de l'objectif, mise en confiance, information sur la publication de l'histoire et de l'utilisation des informations tout en demandant leur accord.
 - **Capter des éléments sonores ou vidéos** pour une utilisation éventuelle de l'histoire dans des émissions radio ou des vidéos.
 - **Se tenir prêt à enregistrer** des citations et à capter les phrases clés.
 - **Commencer par l'interview** puis visiter l'exploitation, ce qui permet de finaliser les questions et de photographier les éléments les plus pertinents.
 - Ne pas hésiter à **collecter toutes les informations et détails**. En effet, il peut être plus intéressant de rédiger une success story la plus complète possible afin de pouvoir ensuite la décliner suivant le public visé ou le format souhaité.
 - **Être précis** (chiffres, dates, surfaces, taille du cheptel, rendements, formations, sources de financement ...) pour pouvoir bien suivre l'évolution technique, sociale, financière et personnelle de la personne interviewée.
 - Selon le public visé et dans l'objectif de permettre une reproductibilité du succès, essayer de **comparer précisément les techniques initiales et actuelles** (ex : passage d'une technique traditionnelle à une technique améliorée).
- NB:** Le rédacteur doit être celui qui pose les questions. L'accompagnateur participe, approfondit mais ne mène pas la conversation.
- En cas de traduction, être complet, direct, précis** (aussi bien pour la traduction des questions que pour celle des réponses). Le traducteur pour recueillir quelques expressions clés afin de garantir une rédaction fidèle et proche de la réalité.

Comment bien préparer la rencontre?

- **Définir l'objectif final et l'utilisation souhaitée pour la success story** (vers qui ? pour quoi ? dans quel but ? etc.) afin de bien structurer la démarche et de définir en amont le format de la rédaction.
- Avant de commencer, bien **connaître les caractéristiques de la personne interviewée** et de son exploitation.
- **Choisir le moment de la rencontre de façon judicieuse**, pour être assuré de pouvoir mesurer l'impact de changements (aboutissement des projets initiaux), et également en fonction du calendrier culturel (recueil des résultats techniques, illustration par des photos).
- Définir en fonction du contexte et du thème s'il est plus pertinent d'**interroger une personne ou l'OP entière** : un portrait est plus vivant, mais la présentation de l'OP est souvent plus complète et plus fiable.
- **S'assurer d'un minimum de connaissances techniques sur le ou les sujets abordés** lors de l'entretien afin de bien interpréter les messages et de pouvoir identifier ce qui constitue des évolutions importantes.
- **Favoriser une interview à deux** (voire à trois quand cela est possible) d'un point de vue pratique (prise de notes), pour pouvoir prendre du recul sur les sujets abordés et enfin pour éviter les contresens. En cas d'interview en tête à tête, prévoir un dictaphone.
- **Préparer une trame de discussion** qui facilitera le recueil d'informations et garantira une certaine logique lors du passage à la rédaction. L'erreur à ne pas commettre serait d'obtenir une interview décousue où les informations n'ont pas de liens directs entre elles.

Exemple de trame de discussion : Présentation de la personne interrogée et de l'OP, Situation avant la création de l'OP, Eléments décisifs de changements (formations reçues, visites d'échange, parcelles de démonstration ...), Processus de changement (application de nouvelles techniques...), Situation actuelle, Perspectives d'avenir (objectifs et projets).

Comment passer du recueil d'informations à une rédaction plaisante et percutante?

La rédaction va dépendre de l'objectif initial de la success story et également du format choisi.

Conseils d'organisation :

- ★ Rédiger la success story peu de temps après le recueil des informations.
- ★ Dater l'interview pour permettre un suivi temporel.
- ★ Rédiger sur une page maximum afin d'avoir une vision globale du récit.

La forme

- Quand cela est possible, **reprendre la trame utilisée lors de l'interview** pour obtenir une cohérence dans le récit (néanmoins prendre en compte que l'interviewé ne parle pas sur un sujet de manière linéaire mais aura tendance à faire des allers-retours dans ses discussions).
- **Mettre des titres et sous-titres accrocheurs** à travers lesquels on peut déjà noter une évolution et voir la réussite du bénéficiaire. Ils structurent le récit, incitent à la lecture et facilitent la compréhension.
- **Insérer des encadrés** pour alléger la description et donner du relief au récit.
- **Utiliser des tournures de phrases positives et valorisantes.** Choisir pour cela les termes à connotation positive (ex. « améliorer » au lieu de « évoluer »). Finir toujours par une conclusion positive.
- On peut **intégrer des témoignages rédigés à la première personne et des citations** (ex : « depuis la formation, j'ai mis en pratique 30 ares en Système de Riziculture Améliorée »), auxquelles on doit ajouter des explications techniques.
- **Ne pas hésiter à rédiger au présent** pour rendre le récit plus dynamique, préférer la forme active et éviter les parenthèses.
- **Mettre de petites photos** explicatives et valorisantes (pas nécessairement des portraits, cela peut être des scènes de travail aux champs ou des résultats).

Le fond

- **Eviter de trop romancer** et éviter les partis pris trop explicites.
 - **Ne pas évoquer les échecs** sauf dans le cas où ils ont été résolus. Dans ce cas, mettre l'accent sur les solutions mises en œuvre.
- NB: Ne pas oublier l'objectif premier de la success story qui est de **faire ressortir les résultats des actions et les conditions du succès**. Il peut être intéressant de faire ressortir les initiatives personnelles des paysans engendrées par la collaboration avec l'organisme qui l'accompagne afin de valoriser le dynamisme des OP impulsée par cette coopération.
- **Bien illustrer les processus de changement** (choix des cultures, des méthodes de travail, intervention des animateurs...).
 - **Exposer les objectifs futurs** en lien avec le thème abordé.

Choisir le format adapté

Le format RAPPORT (10 lignes)

Encart d'un rapport de projet à destination de bailleurs, ONG accompagnatrices et autres partenaires, la rédaction doit ici servir le suivi/évaluation de l'évolution des bénéficiaires, valoriser l'action de l'organisme ou du projet, donner la vision des bénéficiaires du projet, présenter des résultats d'action de façon qualitative en complément d'indicateurs chiffrés.

Le format GAZETTE (10 lignes)

Principalement à destination des paysans, autorités et partenaires locaux, ce format doit insister sur le changement de comportement, inciter à l'amélioration et à la formation et promouvoir l'initiative personnelle.

La rédaction doit donner envie de suivre l'exemple

Le format RADIO (5 à 15 min)

Déclinaison du format gazette, la rédaction devra remplir les mêmes objectifs. Les captations sonores revêtent toute leur importance ici et le montage des passages les plus emblématiques de l'échange servent le propos.

Le format WEB (20 à 30 lignes)

Ce format destiné au grand public, curieux des actions et de la démarche poursuivie, doit expliquer l'objet du projet, montrer la réussite de l'action à travers la réussite des paysans et convaincre de l'efficacité de la démarche.

