



**LES LEÇONS  
DE LA JUNGLE**

Lawrence J.-E.  
**POOLE**

## **LA MAGIE DANS LES PETITES CHOSES...**

**À la lecture du livre *Le point de bascule: comment faire une grande différence avec de très petites choses* de Malcolm Gladwell, je constate qu'il est possible que nous puissions regrouper nos forces et agir à temps pour éviter les pires effets du réchauffement planétaire. Cependant, il y a de nombreux enjeux qui méritent une attention et un changement dans notre façon de penser.**

En effet, *Le point de bascule* explique comment des idées se répandent organiquement. Particulièrement, il référence au moment magique où une idée est acceptée et se propage comme un virus. De la même façon qu'une personne peut être à l'origine d'une épidémie de grippe, les petites choses peuvent faire une grande différence sur la façon dont les idées deviennent populaires.

Partout, simultanément, une nouvelle tendance peut rapidement devenir la norme. Trois principes essentiels gouvernent le *point de bascule*:

1. *La loi du petit nombre*, qui explique l'importance de la nature du messager à l'origine du message;
2. *Le facteur d'adhésion*, qui stipule qu'une idée doit être mémorable pour générer l'intérêt et l'action;
3. *Le pouvoir du contexte*, selon lequel les conditions, les circonstances et les événements influencent fortement la transformation d'un virus en une véritable épidémie.

Pour devenir populaire, une bonne idée doit être «stimulée» par une catégorie particulière de personnes qui mettent en oeuvre les conditions assurant que la nouvelle pensée, simplement présentée, soit irrésistible. Les idées se répandent lorsque des gens qui en connaissent beaucoup d'autres les adoptent, que les individus qui synthétisent l'information en prennent connaissance, et que ceux qui peuvent en vendre la valeur y adhèrent et la partagent.

Les recherches de Gladwell démontrent qu'il suffit d'une poignée d'individus seulement pour propager une idée et causer un changement de paradigme global. Mais, *le facteur d'adhésion* indique que, s'il y a plusieurs façons de présenter un message, certaines ont l'avantage de capturer l'attention. Pensez aux importantes campagnes publicitaires que le public ignore au profit de vidéos sur Internet qui deviennent de véritables sensations d'une journée à l'autre.

En s'attardant au *pouvoir du contexte*, nous pouvons nous demander ceci: des centaines de milliers de messages à notre portée, quels sont ceux qui capturent l'imagination ou qui provoquent l'adhésion?

Ce que je tire de ces leçons, c'est que les choses peuvent se produire naturellement, ou nous pouvons mettre en place les conditions permettant d'atteindre le point de bascule. Un peu de pensée stratégique et des gens créatifs peuvent donc réellement changer le monde. Il y a véritablement de l'espoir.

Auteur, conférencier et consultant en formation heuristique  
Investissez dans votre capital créatif, IQ éditeur  
Gestion Consult-IIADC Management Inc.  
Tél.: 514-481-2835; [www.consult-IIADC.com](http://www.consult-IIADC.com)