

## DÉCALER SON APPROCHE DU RÉEL

G. K. Chesterton est un auteur anglais du début du xx<sup>e</sup> siècle. Dans *Le Club des métiers bizarres*, il met en scène des personnages et des situations cocasses pour mieux vanter les mérites du bon sens.

Écrivain prolifique, G. K. Chesterton est surtout connu pour être l'auteur de romans policiers dans lesquels un prêtre détective mène l'enquête. Dans *Le Club des métiers bizarres*, c'est un ancien juge, Basil Grant, aidé de son frère Rupert, qui va résoudre des énigmes et surtout découvrir l'existence d'un groupe étrange : le Club des métiers bizarres. Pour en être membre, il faut avoir inventé une activité professionnelle totalement nouvelle et en vivre. Le Club accueille ainsi de drôles d'entrepreneurs exerçant des métiers pour le moins décalés, tels que le «visiteur crampon» qui empêche quelqu'un de se rendre à un rendez-vous ou le «spécialiste du frisson» qui amène du piment dans une vie trop calme...

**LES BESOINS DU CLIENT.** Chesterton nous plonge dans des histoires étonnantes à la fin inattendue. S'évader pour voir les choses d'un autre point de vue, voilà sa méthode et sa leçon. Quand le présent nous enserme, nous étouffe, il faut bien reprendre haleine et repartir. Le fantastique et le rire nous obligent à reconsidérer nos façons de voir les choses.

Les métiers qu'il décrit dans son ouvrage ont beau être incongrus, ils trouvent des clients, donc ils existent. C'est là à quoi doit penser tout entrepreneur. L'idée d'un nouveau service ou produit ne sera valable et viable que si elle trouve preneur. Il est essentiel de questionner et de revisiter les besoins de ses clients – les évidents, les cachés, les très secrets – pour mieux répondre à leurs attentes.

Pour cela, la réalité n'est pas forcément le point de départ adapté. Au-delà du convenu ou de ce qui paraît normal, une vision décalée peut

GILBERT KEITH  
CHESTERTON



L'IMAGINAIRE  
GALLIMARD



PAR JEAN GRIMALDI D'ESDRA, directeur associé de Formadi, directeur pédagogique à l'Edhec Management Institute

Imaginer l'incongru, penser bizarrement. Par ces moyens, les personnages de Chesterton résolvent des problèmes et innovent efficacement.

déboucher sur un raisonnement inattendu, un positionnement unimaginable jusqu'alors. Passé la surprise, il faudra bien reconnaître que nous appelons souvent folle, saugrenue une autre manière de faire ou de vendre.

**DÉTOUR PAR LE FANTASTIQUE.** Un esprit curieux et un questionnement presque enfantin obligent à reprendre les questions en s'échappant du carcan du réel. Alice au pays des merveilles et le joyeux Chesterton ont raison : il faut passer par le fantastique pour créer une autre réalité. ●

## LES LECTURES DE LA RÉDACTION



### ➔ LE MODÈLE TESLA

Elon Musk a inventé un nouveau modèle d'organisation pour les entreprises. Michaël Valentin analyse les sept principes du «teslime». **19 €, Dunod**



### ➔ DU CHÔMAGE À LA FRENCH TECH

Fondateur et dirigeant d'Ubi Solutions, Fabrice Zerah évoque son parcours d'entrepreneur, ses réussites et ses échecs. **16 €, Ed. François Bourin**



### ➔ LES SUPER-POUVOIRS DE L'INNOCENCE

Comment retrouver son âme d'enfant pour gagner en confiance, en créativité et en spontanéité. **16 €, Eyrolles**