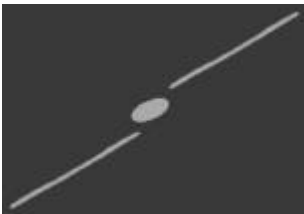


La créativité par la pratique



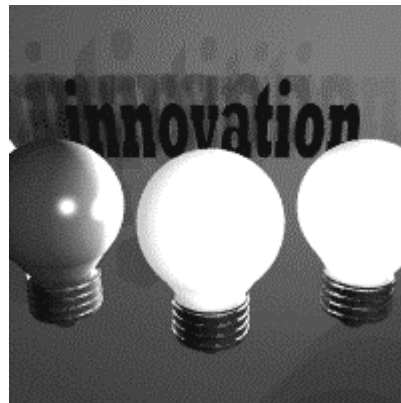
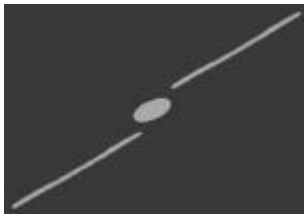
© Eric Lardinois, 2005

Rappel



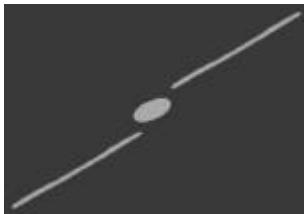
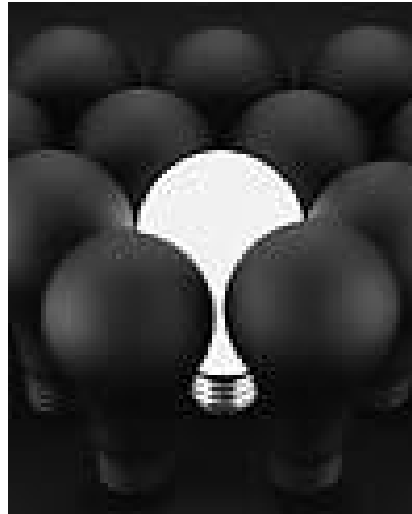
© Eric Lardinois, 2005

La créativité consiste à
produire des solutions
originales et efficaces à un
problème préalablement bien
posé.



© Eric Lardinois, 2005

Processus créatif : le processus de création d'une idée nouvelle

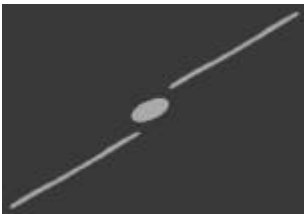
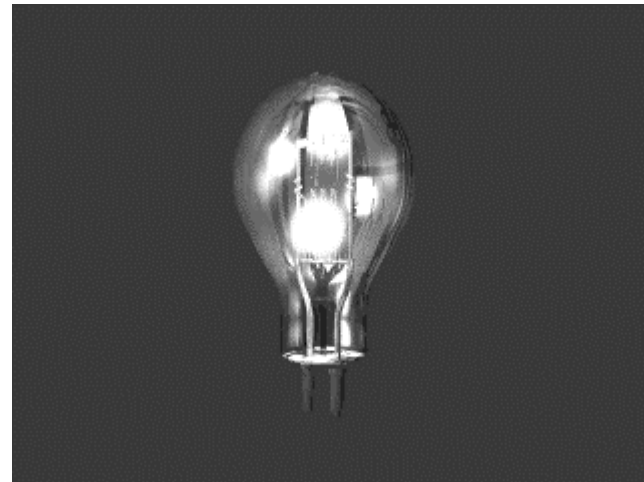


Suivant le modèle de Wallis

© Eric Lardinois, 2005

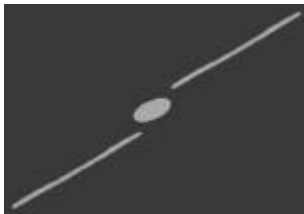
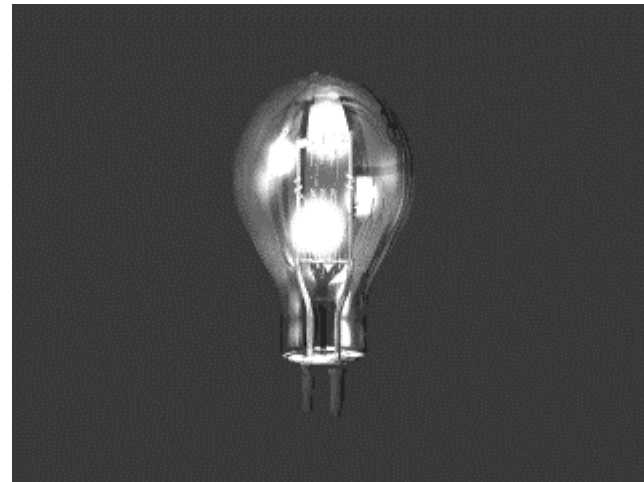
1ère phase : préparation

- Définir complètement et concrètement le problème,
- Se renseigner, se documenter, ...
- Étape de convergence



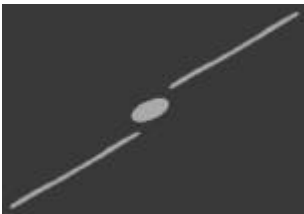
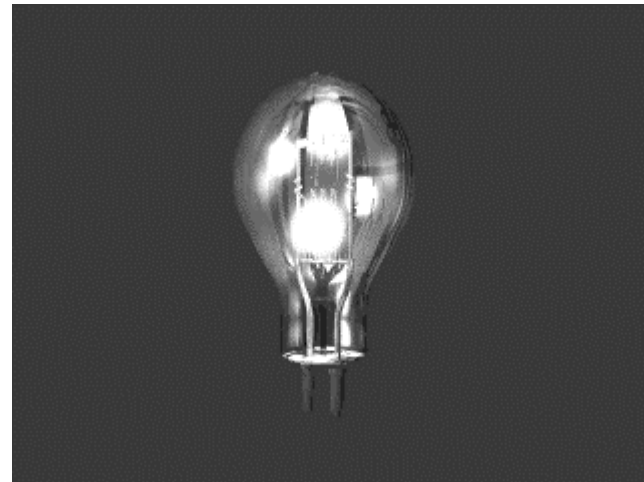
2ème phase : incubation

- Se laisser pénétrer par le problème,
- Le cerveau droit l'emmagasine



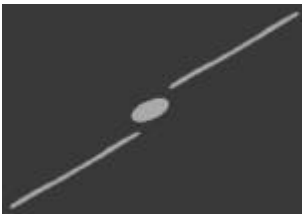
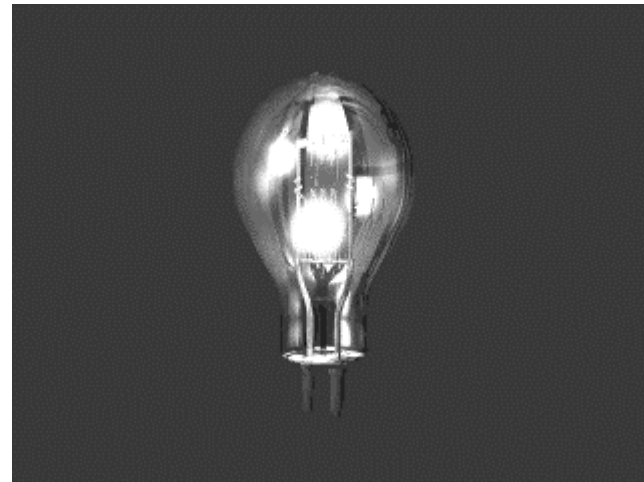
3ème phase : illumination

- Phase de divergence, production d'idées,
- Idées émises sans logique précise,
- Cette phase dépend très fortement des 2 précédentes



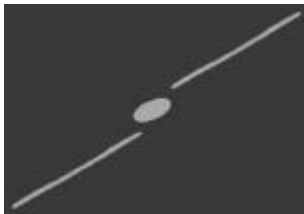
4ème phase : vérification

- Validation des idées émises,
- Adaptation des idées
- Cerveau gauche

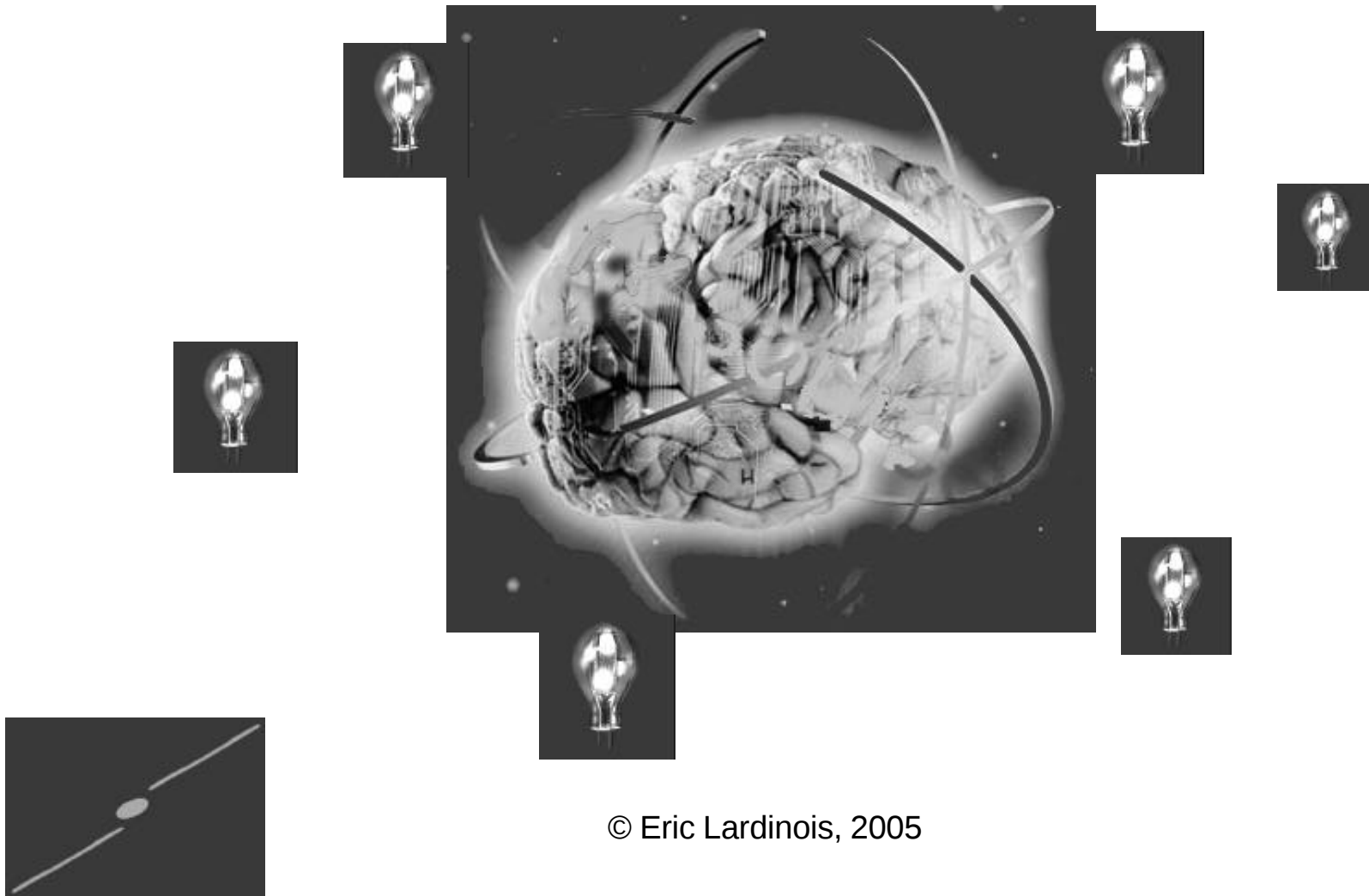


Comment animer une séance de créativité

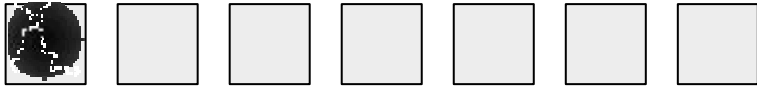
- A quoi cela ressemble
- Quel est son déroulement ?
- Comment l'organiser ?
- Trucs et astuces



Les différents moments du processus créatif

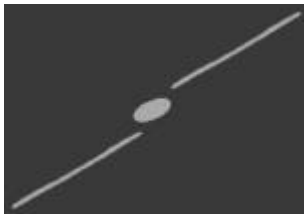


© Eric Lardinois, 2005

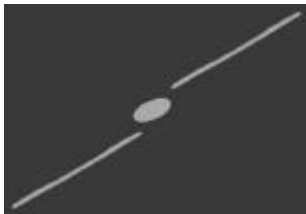


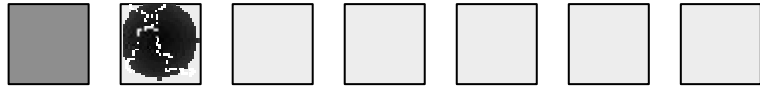
Étape n° 1

La formulation précise du problème, c'est-à-dire l'inventaire le plus exhaustif possible de toutes les informations s'y rapportant, en vue d'établir un cahier des charges.



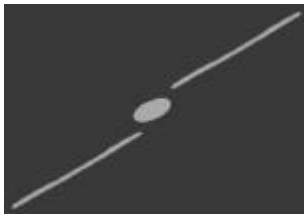
La formulation peut servir à remettre en cause le problème. Est-ce réellement cela notre problème ?? Ayez un sens critique face au problème. Est-ce le bon problème ?





Étape n° 2

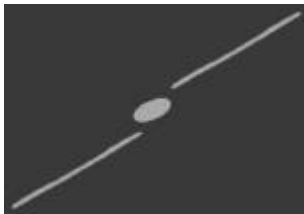
La reformulation conjointe du problème et du cahier des charges, qui consiste à « traduire » le problème, souvent formulé en langage d'expert, dans le langage du groupe, qui peut être constitué de profanes.





Étape n° 3

L'imprégnation. Elle remplace l'incubation individuelle et accélère, en la forçant, celle du groupe. Elle permet d'entrer dans le problème par « l'autre porte », elle vise la prise en charge affective du problème par le groupe de recherche.

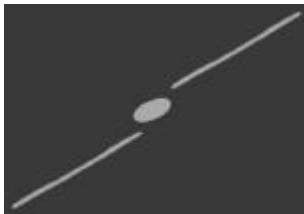


Astuce

- « *changez de lunettes* »
- abordez le problème avec les lunettes d'un autre (autre point de vue, autre angle de vision). Exemples avec les lunettes d'un Japonais de 35 ans, d'un photographe amateur, d'un journaliste de télévision, d'une hôtesse d'accueil,...



© Eric Lardinois, 2005

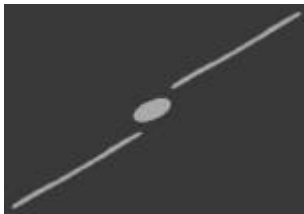




Étape n° 4

La purge, est destinée à formuler les premières solutions apparaissant à la suite de la confrontation avec le problème, de manière à éviter « l'effet de rideau » provoqué par l'apparition de ces premières solutions chez les participants.

→ les idées toutes faites, évidentes,...

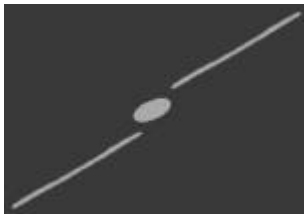




Étape n° 5

La divergence. C'est la phase de stimulation à proprement parler. Elle consiste dans la recherche d'évocations, d'images, de symboles, de stimuli, dont les rapports avec le problème peuvent paraître extrêmement ténus.

C'est à ce niveau que les techniques de stimulation de la créativité sont utilisées.

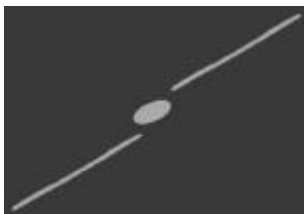




Étape n° 6

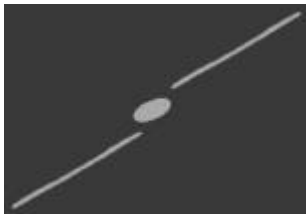
Le croisement (ou bisociation). Le croisement consiste dans la mise en relation de chacun des inducteurs (phase de divergence) avec le problème.

Le but étant de trouver un rapport entre ces inducteurs et le problème afin de faire émerger une solution ou une piste de solution



Les idées recueillies ne sont jamais
ou très rarement **parfaitement**
adaptées au problème de départ.

Il est nécessaire de forcer la
réponse à s'adapter à la question.
→ mise en forme

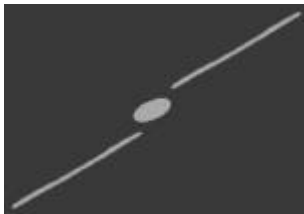




Étape n° 7

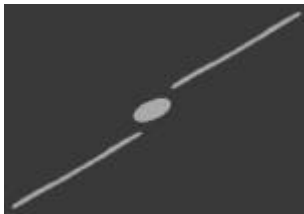
La mise en forme des idées et l'évaluation des solutions.

Elle comporte un premier temps de formulation des solutions possibles et un second temps de confrontation de ces solutions au cahier des charges, établi avant la recherche proprement dite.

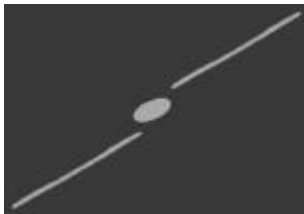


Toutes les idées obtenues
doivent être analysées dans le
but d'en sélectionner une ou
plusieurs qui sera mise en
œuvre ou développée.

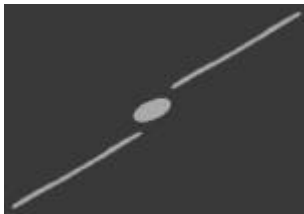
Comment faire ?



- Relier entre elles les idées qui peuvent l'être sous un "concept générique" c'est la méthode de clustering,
- Elaborer une grille de sélection des concepts obtenus en pondérant les critères de sélection,
- Identifier les concepts génériques les mieux notés et les faire valider en termes de faisabilité par chaque direction métier susceptible de devoir les appliquer,



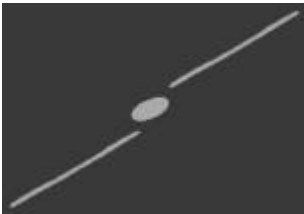
Idée	1	2	3	4
Efficacité	Résout peu ou pas le problème	Résout une part du problème posé	Résout largement le problème posé	Répond parfaitement au problème posé.
Originalité	Proposition classique, évidente	Proposition inspirée de solution courante	Proposition en partie innovante	Proposition totalement inédite
Faisabilité	Parait très difficile à mettre en œuvre	Peu facile à concrétiser	Faisable en grande partie	Totalement réalisable.



Le déroulement d'une séance de créativité



© Eric Lardinois, 2005

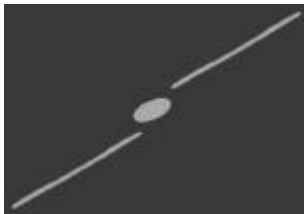


La constitution du groupe

- L'équipe idéale est constituée de 5 à 12 personnes.
- L'optimum est 8 personnes

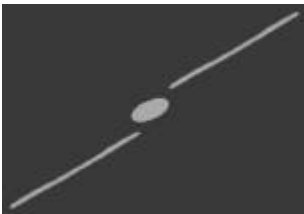


© Eric Lardinois, 2005

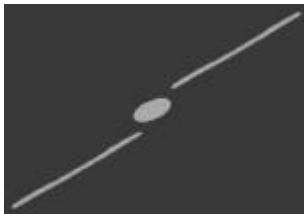


Nommer un meneur

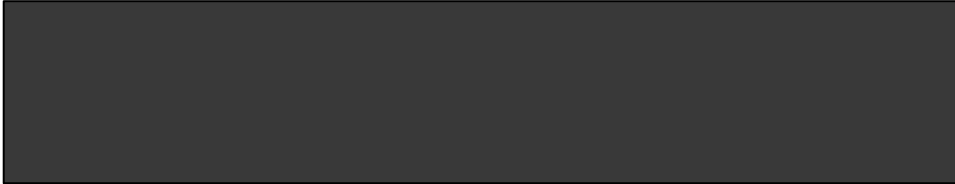
- **animer le groupe**
- **faire participer tout le monde**
- **traiter chaque participant à égale valeur**
- **veiller à ce qu'aucun participant ne se permette de discuter les idées des autres, ni ne juge**
- **veiller à l'équité du temps de parole**



- relancer et recadrer la réflexion lorsque cela s'avère nécessaire
- contrôler le timing
- veiller à la participation de chacun.
- rappeler régulièrement les idées déjà formulées, afin qu'elles restent à l'esprit de tous.



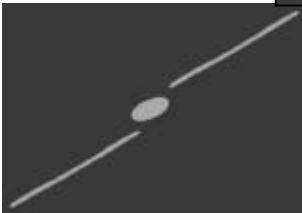
Etape 1 : rappel des 4 principes du Brainstorming

- ~~C~~ 

- Q 

- F 

- D 



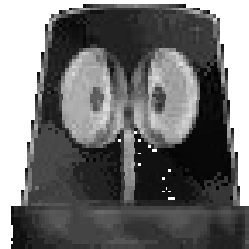
Etape 2 :le meneur expose les règles de fonctionnement

- Lever la main pour pouvoir lancer une idée.
- Lancer une seule idée par intervention.
- Les idées « enrichies » obtiennent priorité sur les autres.
- Si encombrement, chaque participant note ses idées.
- Exposer les idées de manière extrêmement concise
- Un secrétaire note les idées.
- La séance s'arrête après 30 ou 45 minutes.

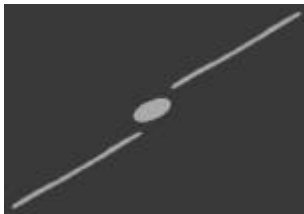


Etape 3 : formulation de l'objectif

- Nous recherchons des idées de ...
- Comment faire pour ...



Bien s'assurer que le problème est bien compris
par tous



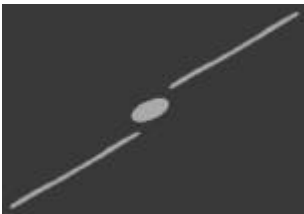
Etape 4 : la production

- Produire des idées en respectant les consignes;
- Tout noter ou enregistrer ;
- Ne pas développer les idées dans un premier temps ;
- Conjuguer des idées entre-elles ;
- Croiser les idées avec le problème pour les affiner.



Etape 5 : le tri

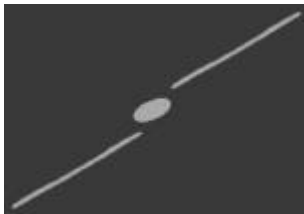
- Le tri peut se faire quelques jours après la production d'idées,
- Idéalement par des personnes différentes



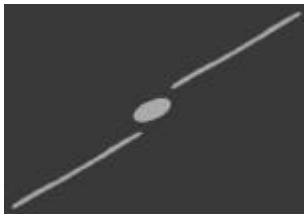
Pourquoi dans mon entreprise ?



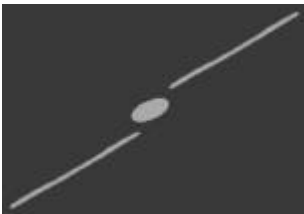
© Eric Lardinois, 2005



- rapide et facile à organiser et susceptible de déboucher sur des résultats intéressants
- Tenir régulièrement des séances de créa augmente la capacité de créativité d'une équipe
- la démarche améliore l' « esprit d'équipe » et la mobilisation autour d'un projet commun
- si la dynamique de groupe est positive, chacun peut s'approprier les bons résultats car il les attribue d'abord à l'ensemble du groupe plus qu'à un individu



Trucs et recettes pour l'animateur



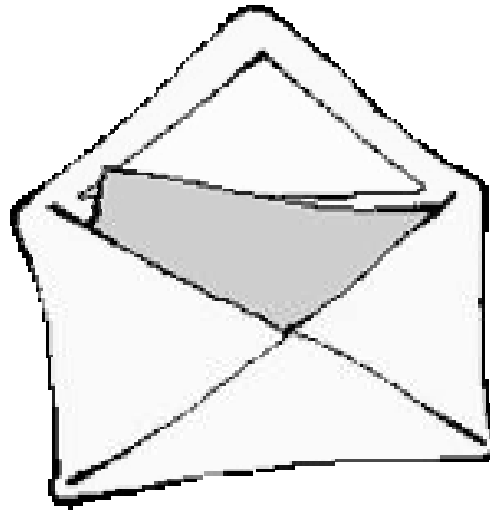
© Eric Lardinois, 2005

Inviter les participants quelques
jours à l'avance

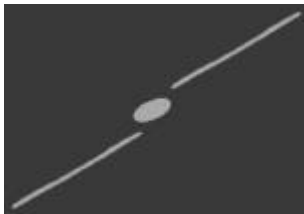
→ proposer une date et un lieu

→ spécifier l'objet de l'invitation

INCUBATION



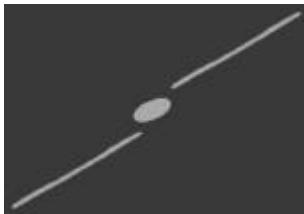
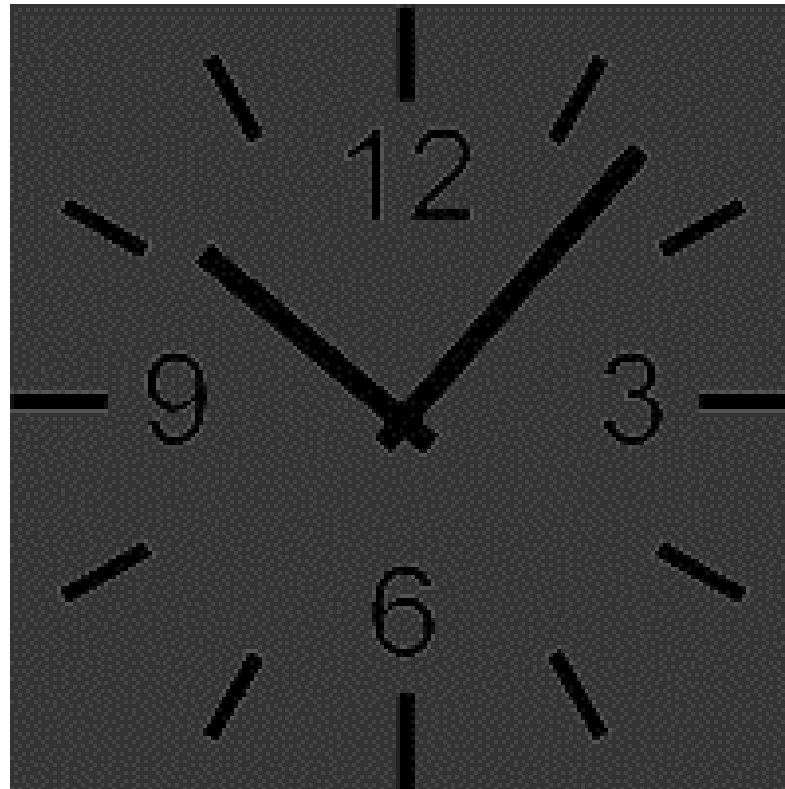
© Eric Lardinois, 2005



Être clair sur le problème et les objectifs

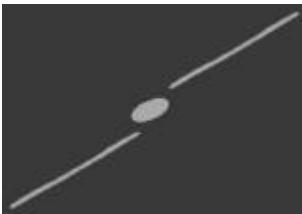


Donnez suffisamment de temps



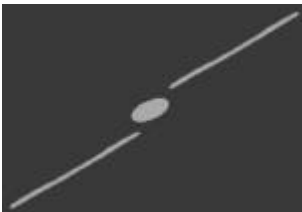
© Eric Lardinois, 2005

Créer une bonne ambiance



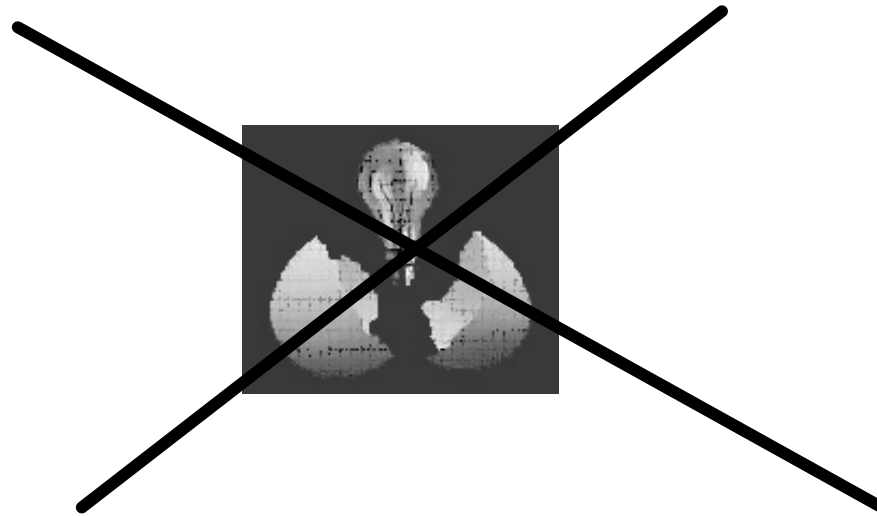
© Eric Lardinois, 2005

Encourager ...

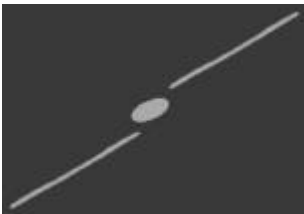


© Eric Lardinois, 2005

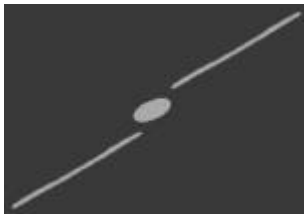
Les phrases qui tuent la créativité



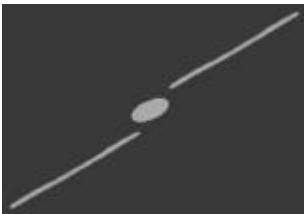
Les créativicides



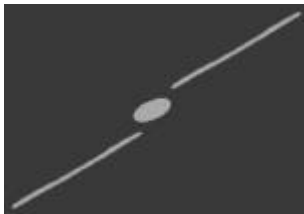
- ☐ « Ca existe déjà ».
- ☐ « Nos concurrents l'ont déjà fait ».
- ☐ « C'est du déjà vu ».
- ☐ « On n'a pas le temps ».
- ☐ « Ce n'est pas notre priorité ».
- ☐ « Ce n'est pas le cœur de la maison ».
- ☐ « Ce n'est pas notre affaire ».
- ☐ « On y pensera ».



Quelques outils



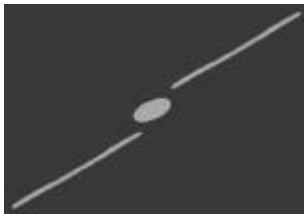
© Eric Lardinois, 2005



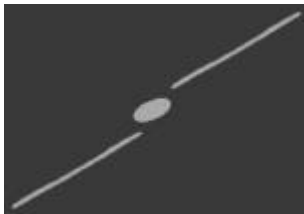
© Eric Lardinois, 2005

Brainwriting

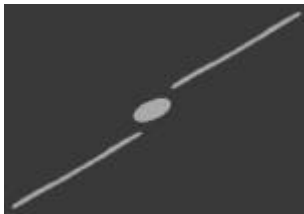
Le terme "brainwriting " a été forgé
par des scientifiques du Batelle Institut .



- Chaque personne écrit ce qu'elle pense sur une feuille de papier, que les participants s'échangent ensuite mutuellement.
- Les idées qu'ils lisent ainsi stimulent de nouvelles propositions, qui sont ajoutées à la liste.
- Le processus continue ainsi pendant un temps déterminé, d'ordinaire une quinzaine de minutes

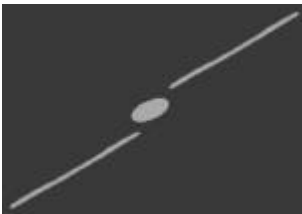


Si j'étais à sa place ...



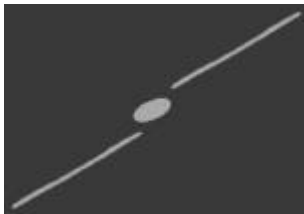
© Eric Lardinois, 2005

L'avocat de l'ange



© Eric Lardinois, 2005

- Il n'y a pas d'idée bête ou stupide,
- mais toute idée, à défaut d'être applicable en soi, peut servir de base pour bâtir d'autres idées
- DEMULTIPLICATION
- ENRICHIR



© Eric Lardinois, 2005

