

LA BOÎTE À OUTILS

de la

Créativité

2^e édition

Avec 7 vidéos
d'approfondissement

■ François **DEBOIS**
■ Arnaud **GROFF**
■ Emmanuel **CHENEVIER**

DUNOD

Crédits iconographiques

Outil 1 : © Art3D - Fotolia.com, © joachim sanselme - Fotolia.com, © Orlando Florin Rosu - Fotolia.com ; **Outil 3 :** © Art3D - Fotolia.com, © coramax - Fotolia.com ; **Outil 5 :** © bolin1978 - Fotolia.com, © photoredaktor - Fotolia.com

Outil 11 : © Art3D - Fotolia.com, © Orlando Florin Rosu - Fotolia.com ; **Outil 13 :** © Art3D - Fotolia.com ; **Outil 16 :** © Sergey Ilin - Fotolia.com ; **Outil 17 :** © Texelart - Fotolia.com ; **Outil 18 :** © Anatoly Maslennikov - Fotolia.com

Dossier 4 : © coramax - Fotolia.com, © Art3D - Fotolia.com, © Orlando Florin Rosu - Fotolia.com, © Art3D - Fotolia.com ; **Outil 21 :** © Delphotostock - Fotolia.com ; **Outil 22 :** © Texelart - Fotolia.com ; **Outil 23 :** © photoredaktor - Fotolia.com, © Oleksandr Moroz, © Art3D - Fotolia.com ; **Outil 24 :** Anatoly Maslennikov - Fotolia.com, © Orlando Florin Rosu - Fotolia.com ; **Outil 25 :** © Perseomedusa - Fotolia.com

Outil 28 : © Orlando Florin Rosu - Fotolia.com

Outil 32 : © 3Dmask - Fotolia.com, © Texelart - Fotolia.com, © Art3D - Fotolia.com, © coramax - Fotolia.com ; **Outil 40 :** © Art3D - Fotolia.com, © fotomek - Fotolia.com, © photoredaktor - Fotolia.com

Outil 42 : © Art3D - Fotolia.com, © coramax - Fotolia.com

Outil 48 : © Murali Krishna - The Noun Project ; **Outil 50 :** © Art3D - Fotolia.com, © Orlando Florin Rosu - Fotolia.com

Outil 62 : © fotomek - Fotolia.com ; **Outil 63 :** © Kromosphere - Fotolia.com

Outil 66 : © coramax - Fotolia.com, © Orlando Florin Rosu - Fotolia.com

SPIDER® est une marque déposée par François Debois.

Traduction des résumés : Stanley Hanks

Mise en page : Belle Page

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2015

ISBN : 978-2-10-073924-0

5 rue Laromiguière, 75005 Paris

www.dunod.com

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Préface

Le jeune domestique et les savants

« Les adultes suivent les chemins. Les enfants explorent. »

Neil Gaiman

Il était une fois un jeune garçon qui avait trouvé à s'employer en qualité de domestique dans une prestigieuse institution scientifique. Il travaillait dur et ne rechignait devant aucune tâche pour pouvoir donner à sa mère de quoi subvenir aux besoins de sa famille.

Dans la journée, il obéissait aux savants, apportait à chacun le matériel dont il avait besoin, courait chez l'apothicaire chercher des ingrédients, aidait à mettre en place une installation expérimentale. Le soir, il nettoyait les tubes à essai et les alambics, rangeait méticuleusement tout ce qui devait l'être. « L'ordre et la discipline », avait insisté le doyen au moment de l'embaucher, « étaient les clés de la réussite scientifique ». Le matin, enfin, il se levait tôt pour épousseter les rayonnages et laver le sol avant l'arrivée de ces messieurs.

Un jour, en passant son chiffon sur une étagère, il fit tomber une boîte qui contenait des billes de roches soigneusement étiquetées dans des compartiments séparés. Elles s'éparpillèrent aux quatre coins de la pièce. Paniqué à l'idée d'être renvoyé pour sa maladresse, le garçon s'empressa de les ramasser. Il avait une bonne mémoire et se souvenait de l'emplacement de chacune. Il commençait à se sentir soulagé par la progression de son travail quand il s'aperçut qu'il en manquait une.

Elle avait roulé derrière un étrange ouvrage posé le long d'un mur. C'était un grand tableau carré qu'un comte un peu fantasque avait fait souffler par des maîtres verrier pour orner la salle de réception de son château. Il représentait un paysage traversé en diagonale par une cascade bordée de rochers, au-dessus desquels des fées volaient en tous sens. Pour rehausser la splendeur de l'œuvre et donner vie au torrent, le comte avait fait couler du vif-argent entre les deux feuilles de verre. Il offrait un bon prix pour l'invention d'un procédé qui permît à la cascade de s'écouler sans fin. Les savants avaient élaboré un système de pompe dont ils n'étaient pas satisfaits. Le mercure, trop dense, formait en remontant dans le cadre des bulles qui donnaient à la cascade des allures de bain bouillonnant. Ils tentaient depuis plusieurs semaines de régler le débit du dispositif à l'aide d'instruments de mesure qu'il était interdit de déplacer.

Derrière la paroi transparente, la bille de pierre semblait narguer le domestique. Il n'avait pas de tige assez longue pour la déloger, et devait pourtant l'atteindre sans toucher les appareils alignés devant l'œuvre. « Si j'avais une baguette magique, je ferais disparaître le tableau de verre », pensa-t-il. La solution lui apparut alors comme une évidence. Il cala son pied sur le côté du cadre et tira en haut sur le coin du tableau pour le faire pivoter sur son

angle inférieur. La bille ainsi dégagée, il la rangea avec les autres et replaça la boîte sur son étagère.

En retournant vers l'ouvrage du comte, il fut saisi de constater que le paysage restait parfaitement plausible. Au lieu de s'écouler de droite à gauche, la cascade descendait maintenant en diagonale de gauche à droite. Mais les fées virevoltaient toujours autour des rochers sans que le spectateur fût gêné par la nouvelle disposition du tableau. Ce phénomène émerveilla le garçon. Sa curiosité le poussa à donner au tableau un quart de tour supplémentaire. La cascade s'écoula de nouveau de droite à gauche, et le ballet des fées était tout aussi charmant. Il était fasciné.

Le claquement sourd de la porte d'entrée à l'étage inférieur le tira brusquement de sa rêverie. Il se hâta de remettre le tableau en place. Les savants franchirent le seuil du laboratoire et s'arrêtèrent, stupéfaits. « Je suis renvoyé », songea le jeune domestique. Mais il ne lut nulle colère dans leurs yeux. Une pointe d'admiration, au contraire. Il se retourna. Un joli flot de mercure lisse coulait dans le lit de la cascade.

Pascale BELORGEY

Avant-propos

Que faire quand les vieilles recettes ne permettent plus de préparer de bons gâteaux ?

Nous sommes tous confrontés au quotidien à des situations professionnelles et personnelles qui exigent des solutions originales. Comment trouver des « pépites », ces idées magiques qui feront la différence ?

Si la créativité consiste à « sortir du cadre », être créatif, c'est commencer par « définir le cadre » ! Le paradoxe de la créativité est que cette démarche qui se nourrit de transgressions doit en effet être menée avec une grande rigueur pour donner des résultats. Cela suppose :

➤ De **cadrer les démarches de créativité pour polariser nos énergies sur les vrais défis** à relever. Il convient donc de choisir un processus créatif, de réinventer parfois la stratégie de l'entreprise, de transformer le problème en challenge.

➤ De **choisir les outils de génération d'idées les mieux adaptés en fonction des problématiques** rencontrées. Si le brainstorming est un outil répandu, une quarantaine d'autres outils peuvent s'avérer beaucoup plus pertinents quand il s'agit d'imaginer un nouveau produit, le nom d'une marque ou une organisation originale au sein de l'entreprise. Techniques projectives et analogiques, de déformation, de rencontres forcées, à base rationnelle, technique, utilisant des NTIC... C'est la largeur de votre panoplie créative qui vous permettra d'aborder tout type de situation avec succès.

➤ D'**oser passer de l'intention à l'action**, en mettant toutes les chances de notre côté par une bonne formalisation et une bonne stratégie de mise en œuvre de nos idées.

Vous trouverez dans cet ouvrage les outils qui répondent à ces trois enjeux clés de la créativité. Nous vous souhaitons de prendre autant de plaisir à les découvrir que nous en avons eu à les formaliser ou à les inventer ! Leur mise en œuvre sera aisée, à partir du moment où vous aurez franchi le premier palier qui mène vers le monde des idées neuves : **oser être créatif**.

Alors OSEZ, et surtout, amusez-vous bien !

Sommaire des vidéos

Outil 1 Les 4 phases du processus créatif

Outil 30 Les échauffements créatifs

Outil 32 Le brainstorming

Outil 43 L'inversion

Outil 52 Le SPIDER®

Outil 53 La matrice de découverte

Outil 66 L'ACO (avocat commis d'office)

Sommaire

	Préface	3
	Avant-propos	5
Dossier 1	Les processus/étapes de la créativité	12
	Outil 1 Les 4 phases du processus créatif (avec vidéo ▶)	14
	Outil 2 Le looping de la créativité	16
	Outil 3 Creative Problem Solving (CPS)	18
	Outil 4 Les 4 métiers	20
	Outil 5 La sérendipité	22
Dossier 2	Les outils de la créativité stratégique	24
	Outil 6 Le SWOT créatif	26
	Outil 7 Le canevas stratégique	28
	Outil 8 Les 6 pistes	30
	Outil 9 L'arbre des causes stratégique	32
	Outil 10 Les 6 forces de Porter	34
Dossier 3	Les outils de pose du problème	36
	Outil 11 La DAF (démarche d'analyse fonctionnelle)	38
	Outil 12 La veille	40
	Outil 13 Les questions paradoxales	42
	Outil 14 Le futur idéal	44
	Outil 15 La baguette magique	46
	Outil 16 Dessine-moi un problème	48
	Outil 17 Les TI (tendances influentes)	50
	Outil 18 Les 3H	54
	Outil 19 La synectique	56
	Outil 20 La théorie C-K	58
Dossier 4	Le design thinking	60
	Outil 21 Persona	62
	Outil 22 Le corridor du client	64
	Outil 23 Effectual Makers©	68
	Outil 24 La créativité frugale	70
	Outil 25 Creative Living Evaluation (CLE)©	72
Dossier 5	Les outils de préparation et d'animation de séances de créativité	74
	Outil 26 Les 6 chapeaux d'Edward de Bono	76
	Outil 27 Les 7 clés de la préparation d'une séance de créativité	78
	Outil 28 Les 7 clés de l'animation d'une séance de créativité	80

Outil 29	Créailleurs (la marche créative).....	82
Outil 30	Les échauffements créatifs (avec vidéo ▶).....	84
Dossier 6	Les techniques proches du brainstorming	86
Outil 31	La purge.....	88
Outil 32	Le brainstorming (avec vidéo ▶).....	90
Outil 33	Le brainwriting.....	92
Outil 34	Les grappes.....	94
Outil 35	La carte mentale.....	96
Dossier 7	Les techniques projectives et analogiques	98
Outil 36	L'analogie.....	100
Outil 37	La bionique.....	102
Outil 38	Le portrait chinois.....	104
Outil 39	La projection.....	106
Outil 40	Le consultant virtuel.....	108
Outil 41	Le rêve éveillé.....	110
Dossier 8	Les techniques de déformation	112
Outil 42	Les mots inducteurs.....	114
Outil 43	L'inversion (avec vidéo ▶).....	116
Outil 44	Le portrait en creux.....	118
Outil 45	Le SCAMPER.....	120
Outil 46	Le concassage.....	124
Dossier 9	Les techniques de rencontres forcées	126
Outil 47	L'acronyme.....	128
Outil 48	L'acrostiche.....	130
Outil 49	La bissonication.....	132
Outil 50	L'association.....	134
Outil 51	La pensée latérale.....	136
Outil 52	Le SPIDER© (avec vidéo ▶).....	140
Outil 53	La matrice de découverte (avec vidéo ▶).....	144
Outil 54	Les syllabuses.....	146
Dossier 10	Les méthodes de génération d'idées à base rationnelle	148
Outil 55	Le cycle de vie du produit.....	150
Outil 56	L'architecture produit.....	152
Outil 57	Le scénario technique.....	154
Outil 58	La méthode TRIZ.....	156

Dossier 11	Les méthodes de créativité ouverte/collective	160
	Outil 59 Les systèmes de management des idées (SMI)	162
	Outil 60 La créativité externalisée.....	164
	Outil 61 La Tour FL (Tour Fab Lab)	166
	Outil 62 Le tournoi des idées	168
	Outil 63 Créa 2.0.....	170
Dossier 12	La formalisation des idées	172
	Outil 64 Le diagramme d'affinités.....	174
	Outil 65 La fiche idée/concept.....	176
	Outil 66 L'ACO (avocat commis d'office) (avec vidéo ).....	178
	Outil 67 Le différentiel sémantique.....	180
	Outil 68 Le tableau d'évaluation objective	182
	Outil 69 Les 6 curseurs.....	184
	Outil 70 Le diagramme de Kano.....	186
	Outil 71 La matrice attitude-influence.....	188
	Bibliographie	190

LA BOÎTE À OUTILS DE LA CRÉATIVITÉ

Première partie : Organiser sa démarche de créativité

Les processus/étapes
de la créativité

Dossier 1

Les outils de la
créativité stratégique

Dossier 2

Les outils de pose du
problème

Dossier 3

Le design thinking

Dossier 4

Enjeu :
Cadrer la démarche
créative pour en
tirer un maximum
de valeur



Deuxième partie : Générer des idées

Les outils de préparation et d'animation
de séances de créativité

Dossier 5

Les techniques proches
du brainstorming

Dossier 6

Les techniques
projectives et
analogiques

Dossier 7

Les techniques de
déformation

Dossier 8

Les techniques de
rencontres forcées

Dossier 9

Les techniques
à base rationnelle

Dossier 10

Les méthodes
ouvertes/collectives

Dossier 11

Enjeu :
Trouver un
maximum de
« pépites » en
faisant travailler
notre cerveau de
manière
inhabituelle



Troisième partie : Formaliser et mettre en œuvre les idées

Formalisation des idées

Dossier 12

Enjeu :
Passer de
l'intention à
l'action, de
l'imagination à la
réalisation

La Boîte à outils, mode d'emploi



Comment utiliser les QR codes de ce livre ?

- 1 Téléchargez un lecteur de QR code gratuit et ouvrez l'application de votre smartphone.
- 2 Photographiez le QR code avec votre mobile.
- 3 Découvrez les contenus interactifs sur votre smartphone.

Si vous n'avez pas de smartphone, saisissez l'URL indiquée sous le QR code dans la barre d'adresse de votre navigateur Internet.

Les outils sont
classés par dossier

DOSSIER
4

**LE DESIGN
THINKING**

« Ne pensez pas. La pensée est l'ennemie de la créativité. C'est conscient, et tout ce qui est conscient est mauvais. Vous ne pouvez pas essayer de faire des choses. Vous devez simplement faire des choses. »
Ray Bradbury

Qu'est-ce que le design thinking ?

Le design thinking est une approche d'origine californienne qui consiste à s'inspirer du mode de pensée des designers pour innover dans tous les domaines. C'est une approche de « faiseurs », où tout est concentré vers l'action, la mise en œuvre opérationnelle et le test des idées, dans le but d'apporter la meilleure valeur possible à des utilisateurs.

Qu'est-ce qui explique l'essor du design thinking ?

L'essor du design thinking est étroitement lié à un changement de paradigme dans notre économie. Les produits et les services s'étant standardisés, l'enjeu est d'obtenir un engagement plus fort de la part des utilisateurs, au travers du design d'expériences centrées sur eux.

Quelles sont les différentes étapes d'une démarche de design thinking ?

- **Faire preuve d'empathie** : l'objectif de cette étape est de s'immerger dans l'identité, les besoins et les contraintes des utilisateurs de la solution développée. Il s'agit de se mettre à leur place d'établir ce que les utilisateurs font (do), pensent (think), ressentent (feel) et disent (say), avec une démarche qui s'approche de l'observation ethnographique.
- **Définir** : après cette phase d'immersion, il est possible de définir explicitement la question à traiter dans le cadre de la démarche de design thinking. Cette étape peut notamment faire appel aux outils de pose du problème de cet ouvrage.

- 62 -

DOSSIER
4

➤ **Imaginer** : lors de cette étape, l'équipe déploie les outils de génération d'idées qui se trouvent également dans cet ouvrage, afin d'imaginer une palette de solutions répondant au problème défini.

➤ **Prototyper** : c'est dans cette étape que le design thinking révèle tout son potentiel, avec sa culture du faire, du concret, du visuel. L'objectif est ici de donner une forme à l'idée, de la matérialiser, avec le coût le plus faible possible.

➤ **Tester** : la démarche de test consiste à collecter un maximum de feedbacks des utilisateurs, sur la base des prototypes qu'on leur soumet, afin d'identifier des boucles d'amélioration.

➤ **Itérer** : les erreurs sont fortement tolérées, voire recommandées, dans une logique de « fail often, fail sooner » (les coûts de prototypage étant faibles, il y a peu de risques à réaliser plusieurs versions d'une solution, en l'améliorant à chaque fois).

1	2	3	4	5	6
Faire preuve d'empathie	Définir	Imaginer	Prototyper	Tester	Itérer

LES OUTILS

21 Persona	64
22 Le chœur du client	66
23 Effectual makers	70
24 La créativité frugale	72
25 Creative Lenses Evaluation (CLE)	74

- 63 -

L'intérêt de la thématique
vu par un expert

Un menu déroulant
des outils