

Table des matières

Remerciements	V
Sommaire.....	VII

Avant-propos Une méthode nouvelle et innovante de coaching collectif et de conduite du changement.....	1
---	----------

I. En guise d'introduction à l'Appreciative Inquiry.....	5
Un livre pour vous ?	5
Qui êtes-vous ? Que vivez-vous au travail ?.....	5
Ce livre s'adresse-t-il à vous ? Oui, si.....	6
Vous avez dit « positif » ?	7
L'Appreciative Inquiry : une approche positive de l'organisation	7
La culture du déficit.....	8
Positifs à tous crins !.....	8
Du négatif au positif.....	9
Les bienfaits du sourire... ..	10
Prendre en compte et apprécier	11
Les valeurs mises en œuvre avec l'Appreciative Inquiry.....	13
Positifs maintenant ?	14
La « SWOT fatigue »	14
L'objectivité.....	15
La réalité et la rationalité.....	16
Une réalité de plus en plus complexe	18
L'essor du coaching.....	19
La nouvelle efficacité : passé + présent + futur	21

L'origine de l' <i>Appreciative Inquiry</i> : les aventures de David Cooperrider et consorts...	22
II. Les fondamentaux de l'<i>Appreciative Inquiry</i>	25
Qu'est-ce que l'<i>Appreciative Inquiry</i> ?	25
Apprécier et explorer	26
Le cycle des 5 D	27
La phase « Définition » d'une orientation positive (<i>affirmative topic choice</i>)	28
La phase « Découverte » (<i>Discovery</i>)	29
La phase « Devenir » (<i>Dream</i>)	29
La phase « Décision » (<i>Design</i>)	30
La phase « Déploiement » (<i>Destiny</i>)	30
Le modèle des 4 I	31
Avec qui, pourquoi, quand et où ?	31
À qui s'adresse l' <i>Appreciative Inquiry</i> ?	31
Quelles sont les applications du coaching collectif avec l'AI ? ...	32
Quelles sont les formes d'intervention ?	34
Qui a des réponses ? Nous avons des questions...	35
La question, d'abord	35
<i>Questionner... avant d'avancer une solution</i>	35
<i>Questionner, certes, mais positivement</i>	37
Les questions fondamentales de l' <i>Appreciative Inquiry</i>	37
La conduite « triphasée » du changement	38
Rien moins qu'un changement de paradigme	39
De la résolution du problème à l' <i>Appreciative Inquiry</i>	39
Les ressorts du changement	41
Le pouvoir des images mentales	42
En introduction	42
La force de l'effet placebo	43
Pygmalion à l'école	44
Émotions positives, réussite et solidarité	46
Un dialogue interne délibérément déséquilibré dans un sens positif	48
Conscience de soi et développement des images positives	49
Le constructivisme social	50
Les grands principes	51
Cinq grands principes	52
<i>Le principe constructiviste</i>	52
<i>Le principe de simultanéité</i>	52
<i>Le principe poétique</i>	53

<i>Le principe d'anticipation</i>	54
<i>Le principe positif</i>	54
Et quelques autres	55
<i>Le principe de totalité</i>	55
<i>Le principe de modélisation</i>	56
<i>Le principe du libre choix</i>	56
Agir et réussir	57
Des exemples américains	57
Des exemples en France et au Maroc	59

III. Accompagner le changement avec l'*Appreciative*

<i>Inquiry</i>	61
Français et positifs	61
Se préparer à agir	62
Présenter l'AI	63
Que voulons-nous réaliser dans cette entreprise ?	64
Formuler une proposition	65
Communiquer	65
Créer un groupe de pilotage	67
Former le groupe de pilotage	68
Les 5 D en détail	70
Définition : les sujets porteurs	70
<i>Qu'est-ce que c'est ?</i>	70
<i>Qui est concerné ?</i>	72
<i>Comment cela se passe-t-il ?</i>	72
<i>Quelques exemples</i>	74
Découverte : reconnaître et apprécier les ressources	76
<i>Qu'est-ce que c'est ?</i>	76
<i>Qui est concerné ?</i>	77
<i>Comment cela se passe-t-il ?</i>	78
La communication	78
Le guide d'entretien	78
Les entretiens en duos	79
La feuille de restitution	80
Le travail en petits groupes	81
Le travail en grand groupe pour identifier le « noyau positif » de l'organisation	81
<i>Quelques exemples</i>	82
Devenir : rêver enfin	86
<i>Qu'est-ce que c'est ?</i>	87
<i>Qui est concerné ?</i>	87

<i>Comment cela se passe-t-il ?</i>	88
Les questions « Devenir » lors des interviews	88
Le travail en sous-groupes	89
Le travail en grand groupe pour identifier le rêve commun	89
<i>Quelques exemples</i>	90
Décision : organiser le changement	92
<i>Qu'est-ce que c'est ?</i>	93
<i>Qui est concerné ?</i>	94
<i>Comment cela se passe-t-il ?</i>	94
Les caractéristiques d'une proposition à fort impact.....	94
Les domaines de décision	95
La création de proposition à fort impact	97
Le travail en sous-groupes	98
Le travail en grand groupe	98
<i>Exemples</i>	98
Déploiement : réaliser et innover	101
<i>Qu'est-ce que c'est ?</i>	101
<i>Qui est concerné ?</i>	103
<i>Comment cela se passe ?</i>	103
<i>Quelques exemples</i>	104
IV. Quelques expériences d'utilisation	
de l'<i>Appreciative Inquiry</i>	107
Le séminaire annuel d'une équipe internationale	107
Le projet initial : de la demande à la définition de l'orientation du séminaire.....	107
La préparation du séminaire.....	109
<i>La communication</i>	109
<i>La préparation par les participants</i>	109
<i>Le déroulement du séminaire</i>	110
<i>Les conditions matérielles, l'animation et les documents</i> <i>supports</i>	111
<i>Les résultats</i>	112
<i>Le suivi</i>	112
La convention annuelle de Drapor	113
L'efficacité collaborative de la direction des systèmes d'information de Bouygues Telecom	121
Le projet.....	121
Le déroulement de l'intervention AI.....	122
<i>La formation du groupe de pilotage</i>	122
<i>L'animation et les documents supports</i>	124

V. Réflexions et perspectives	127
Les conditions du succès	127
La mesure des méthodes	127
Traiter le « négatif »	128
Les composantes du succès	129
<i>Les soutiens et sponsors</i>	129
<i>La participation</i>	130
<i>L'usage et l'accueil de l'émotion</i>	130
<i>La communication</i>	131
<i>L'accompagnement</i>	131
<i>L'animation</i>	131
<i>Les conditions matérielles</i>	132
<i>L'investissement en temps</i>	133
<i>Le suivi</i>	133
Vers une « coach attitude »	134
 Bibliographie et sites utiles	 137
Index	141