

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
--------------------	---

Partie I

TROUVER LES IDÉES

CHAPITRE 1

Les groupes de créativité	21
1. Caractéristiques des groupes de créativité	21
Des techniques, pour quoi faire ?	24
Le langage associatif	26
La suspension du jugement	30
Le mécanisme créatif	34
2. Les techniques de créativité – familles	
techniques 1 à 3	40
Points communs	40
Famille technique 1. Les techniques de détour	62
Famille technique 2. Les techniques analogiques	105
Famille technique 3. Le brainstorming	120

3. La dynamique des groupes de créativité	135
Caractéristiques.....	136
Principes de la formation des groupes.....	145
L'organisation des groupes.....	175

CHAPITRE 2

Les méthodes rationnelles	185
1. La pensée latérale – famille technique 4	186
Présentation.....	187
La méthode des six chapeaux.....	189
2. La théorie TRIZ – famille technique 5	196
Le principe	196
3. La collecte des idées	209

Partie II

GÉRER LES IDÉES

CHAPITRE 3

L'évaluation des idées	229
1. La sélection par le groupe	231
Objectif	231
Participants et contexte	231
La méthode	231
Avantages et risques	233
2. L'évaluation avec un client médiateur	233
Objectif	233
Participants et contexte	233
La méthode	234
Avantages et risques	235

Sommaire

3. La sélection pour action	236
Objectif	236
Participants et contexte	236
La méthode	236
Avantages et risques	237

CHAPITRE 4

Comment intégrer les idées	241
1. La créativité, une étape d'un processus global	241
2. La créativité, une phase de la démarche d'innovation	250

CHAPITRE 5

Organiser la créativité	255
1. Créer un climat créatif. Dix propositions	256
Organiser des séminaires	256
Former des animateurs de créativité internes	259
Encourager la créativité individuelle	261
Collecter des idées spontanées	266
Organiser des séquences de créativité	266
Faire participer à des forums créatifs	267
Animer en <i>open space</i>	270
Sortir de l'univers professionnel	270
Participer à des colloques de créativité	271
Intégrer la créativité dans les évaluations professionnelles annuelles	273
2. Organiser la production d'idées : 5 solutions	273
Le corps de réserve et les commandos créatifs	273
La cellule de créativité permanente	274
Les contrats temporaires de production créative	275
Le bocal	277
Le groupe de créativité externe	277

CHAPITRE 6

La créativité appliquée aux études qualitatives	281
1. Historique et fondements	281
2. Mise en œuvre des techniques projectives	285
Modalités pratiques	288
3. Principales applications	293

ANNEXES

Entretien à bâtons rompus avec Roland Moreno	303
Petite histoire des techniques de créativité	311
L'école américaine	311
L'école russe	313
L'école japonaise	313
L'école anglaise	315
L'école française	315
BIBLIOGRAPHIE	319
INDEX DES NOMS PROPRES	325
INDEX DES NOMS COMMUNS	329