

# Sommaire

---

Avant-propos de l'édition actualisée et augmentée.....	VII
Préface .....	IX

## Partie I

### Les idées des salariés

La non-utilisation des idées.....	1
L'importance des idées créatives : Joseph Schumpeter.....	3
La force des idées concrètes.....	6
Un petit morceau d'acier pour une solution géante.....	7
Le rangement de bureau qui améliore le cash-flow .....	9
L'étiquette autocollante.....	11
La passion de la quincaillerie.....	14
Pam's tool.....	15
Les idées des salariés de première ligne.....	18
Être sur la frontière de l'entreprise .....	20
Les canons de 155 mm qui s'abîmaient si vite.....	20
Les camions qui disparaissaient de la circulation .....	21
Expertise et grandes idées.....	24
L'invention du millénaire.....	25
Friedrich von Hayek et le secret des gens de terrain .....	29
SMI : un système pour encourager, réaliser et reconnaître les idées de tous ...	33
De bons Systèmes de Management des Idées (SMI) .....	34
De bons SMI européens.....	36
Les aspects clés d'un bon SMI.....	40
Le benchmarking profond .....	40
Un processus très simple et rapide de traitement des idées.....	41
La reconnaissance.....	41
L'implication complète du management de proximité.....	42
L'implication démontrée par la direction .....	42

## Partie II

### Acquérir la vision de la croissance

Regard sur l'Europe .....	45
De la Belle Époque à nos jours .....	47
Les bénéfices de la croissance .....	50
Les conditions de la croissance : choix et attitude.....	50
Qu'est-ce qu'une attitude entrepreneuriale ? .....	52
General Electric : la croissance et Jack Welch.....	53
Les leçons des entreprises les plus performantes à long terme .....	55
Le mythe du héros charismatique .....	56
Le mythe en sport, en politique et en économie.....	58
Système : des mécanismes qui se renforcent mutuellement .....	60
Les systèmes de progrès.....	62
Le système d'innovation.....	62
Croissance par le Système de Management des Idées .....	65
Les idées sont l'affaire de tous .....	65
Les idées et l'environnement mouvant .....	66
Acquérir la compréhension profonde par le benchmarking profond.....	68
Les principes du benchmarking profond .....	72
La sous-utilisation du benchmarking en Europe.....	78
Le benchmarking profond des meilleurs SMI en Europe .....	80
Rencontrer le directeur qui pilote le SMI .....	80
Rencontrer le responsable du SMI .....	81
Rencontrer plusieurs auteurs d'idées.....	83
Rencontrer des managers intermédiaires.....	86
Rencontrer de nouveau le responsable du SMI.....	86
Rencontrer le directeur d'établissement .....	87

## Partie III

### Système de Management des Idées

Le pourquoi du système.....	91
L'implication de la direction.....	95
L'implication des managers intermédiaires.....	98
Rapidité de la réponse et de la réalisation des idées .....	104
Simplicité du processus de traitement des idées.....	111
Encore plus simple et plus rapide : la Réalisation Totale par l'Auteur .....	118
La reconnaissance .....	124
« Je ne cherche plus de petits trucs » .....	125

Un lien direct entre l'idée et la récompense : le poison de la créativité.....	127
La démarche des idées au goulag et ailleurs .....	130
Faire croire qu'émettre et réaliser des idées ne fait pas partie du travail....	134
Quel est le coût des mesures de reconnaissance d'un bon SMI ?.....	136
Difficile de renoncer à la récompense dans l'entreprise.....	138
La finalité : une entreprise innovante ; un moyen : un SMI élégant .....	143

## Partie IV

### Gérer l'innovation

Innover ou disparaître .....	147
Quelle sorte d'attention porter à l'innovation ?.....	150
Jackpot de l'innovation radicale contre amélioration continue.....	152
Le jackpot de l'innovation est-il un rêve réaliste ?.....	154
Qu'est-ce qu'un bon management de l'innovation ? .....	158
Le SMI, pilier du bon management de l'innovation.....	165

## Partie V

### Éveiller le potentiel créatif de vos salariés

Comment démarrer le management des idées dans votre entreprise .....	171
La check-list du diagnostic.....	172
a. La vision de la direction.....	172
b. Le processus de traitement des idées.....	173
c. Le schéma de reconnaissance .....	174
d. Les indices de performance .....	175
e. L'implication du management intermédiaire.....	176
Que faire maintenant ? .....	178
Épilogue.....	179
Notes.....	197
Index .....	205