

SOMMAIRE

Remerciements	13
Préface	15
Préambule	17
Introduction	19
1. Le défi de la formation : de l'enseignement à l'apprentissage (du <i>teaching</i> au <i>learning</i>)	19
1.1. Transmettre des contenus et des processus pour les intégrer	19
1.2. Faire grandir les personnes.....	20
1.3. Affronter les défis de la « société liquide »	21
2. Le sens des mots : formateur, animateur, <i>trainer</i>	22
3. Les nouvelles théories : de la salle de classe à l'e-learning et aux réseaux sociaux.....	24

PREMIÈRE PARTIE LES CONCEPTS

CHAPITRE 1

Partir de soi.....	31
1. Se connaître avec l'égogramme et les cartes mentales	33
2. L'égogramme idéal de l'animateur en créativité.....	37
3. Un double défi : les différents canaux d'apprentissage	39

4. Les instruments de support : la gestion des <i>strokes</i> et l'assertivité.....	42
5. Le modèle de la Nouvelle Communication	45

CHAPITRE 2

Interagir.....	47
1. Les pièges à éviter	49
2. Le recueil des besoins et des attentes	50
3. Le contrat triangulaire	51
4. Gérer l'interaction	52
5. Un nouveau personnage dans l'entreprise : le « <i>créaspin</i> »...	53

CHAPITRE 3

Le manager agent du changement.....	55
1. Comment bien manager les créatifs ?	58

CHAPITRE 4

Se préparer.....	61
1. Tout d'abord, existe-t-il une méthode créative ?.....	63
2. La créativité : une approche multi-logique	64
2.1. La logique associative.....	65
2.2. La logique analogique.....	65
2.3. La logique combinatoire	66
2.4. La logique du rêve.....	66
3. Les facteurs de blocage de la créativité.....	67
3.1. La paresse	67
3.2. L'ignorance	67
3.3. La peur.....	69
4. Libérer l'esprit : sortir des cages !.....	70
5. Le modèle TME (Talent / Méthode / Énergie)	72
6. Entraîner le talent	75

CHAPITRE 5

Animer une session de créativité 77

1. Les rôles de l'animateur : rôles formels et fonctionnels 79
2. La préparation en amont..... 82
 - 2.1. Définition de l'objectif : dialogue avec le « client interne »..... 82
 - 2.2. La constitution du groupe pour la session de production.83
 - 2.3. Lieu de déroulement de la session..... 83
 - 2.4. Communication aux participants 84
 - 2.5. Préparation du plan d'animation..... 85
3. Le parcours d'une session créative : le PAPSA 85
 - 3.1. La constitution des groupes COR et GIN 86
 - 3.2. Le lancement de la session..... 88
 - 3.3. L'échauffement du groupe de travail 89
 - 3.4. Recueil des attentes 90
4. Les étapes de la méthode créative PAPSA en 3 actes..... 90
 - 4.1. Acte 1 de la session : les étapes de la Perception et de l'Analyse 90
 - 4.2. Acte 2 de la session : l'étape de Production 92
 - 4.3. Acte 3 de la session : les étapes de Sélection et d'Application..... 92
5. Et ensuite ?..... 94

CHAPITRE 6

Vers l'organisation créative..... 97

1. L'organisation apprenante 99
2. Comment sortir de la passivité..... 102
 - 2.1. La réponse individuelle 104
 - 2.2. La réponse collective 105
3. Pour ne pas tuer la créativité..... 105

CHAPITRE 7

Les pierres angulaires de la créativité	109
1. Alex Osborn et le <i>brainstorming</i>	112
2. La recherche fondamentale de Guilford.....	114
3. Le Creative Problem-Solving Institute et la Foundation for Creative Education	115
4. La synectique de G. Prince et W. Gordon (<i>Synectics</i>).....	117
5. La pensée latérale d'Edward De Bono.....	119
6. Le <i>mind mapping</i> de Tony Buzan	120
7. Le Créaflex de Sidney Shore	121
8. La méthode PAPSA d'Hubert Jaoui	122

DEUXIÈME PARTIE LES TECHNIQUES

Fiche 0. Un outil universel, la carte mentale.....	127
Techniques pour stimuler la curiosité.....	131
Fiche 1. L'image énigmatique.....	132
Fiche 2. Si je pouvais.....	134
Fiche 3. Élémentaire, mon cher Watson !.....	136
Techniques de déconditionnement	141
Fiche 4. À quoi cela peut-il servir ?	142
Fiche 5. Un événement improbable.....	145
Fiche 6. Le perfectionniste.....	148
Fiche 7. L'écrivain qui est en vous.....	151
Fiche 8. Stretching sensoriel.....	152

Techniques d'assertivité	155
Fiche 9. L'orateur	156
Fiche 10. Le jeu des trois cartes mentales	158
Fiche 11. Le musée qui porte mon nom.....	160
Fiche 12. Le film dont je suis le héros.....	162
Fiche 13. Devenir un personnage célèbre.....	164
Fiche 14. Maître du monde.....	166
Fiche 15. Les 12 croyances	168
Fiche 16. Ce soir on improvise.....	171
Fiche 17. L'erreur féconde (sérendipité).....	173
Fiche 18. Le dernier projet	177
Fiche 19. L'héritage.....	179
Fiche 20. Le blason.....	181
Fiche 21. La visite au vieux sage.....	183
Fiche 22. L'ascenseur temporel.....	186
Techniques de présentation	189
Fiche 23. L'égogramme selon l'Analyse Transactionnelle	190
Fiche 24. La carte de visite	192
Fiche 25. Si j'étais.....	194
Fiche 26. La force du mime.....	196
Fiche 27. L'acronyme.....	199
Techniques d'utilisation de la logique analogique	201
Fiche 28. Des mondes infinis.....	202
Fiche 29. L'identification.....	205
Fiche 30. La chasse aux idées	208
Fiche 31. La dialectique des cartes heuristiques.....	211
Fiche 32. Un parcours heuristique.....	213

Techniques pour ouvrir une session de recherche	215
Fiche 33. Le contrat de succès	216
Fiche 34. Le collage dialectique	218
Techniques d'imprégnation des données du problème	221
Fiche 35. Utiliser les cinq sens	222
Fiche 36. Toucher	224
Fiche 37. Le collage projectif	226
Fiche 38. La perception symbolique	228
Fiche 39. "For me the problem is..."	230
Techniques pour effectuer une analyse approfondie.....	233
Fiche 40. Voici « ma boîte »	234
Fiche 41. Le lipogramme	236
Fiche 42. La baguette magique	238
Fiche 43. Le graphe d'analyse	241
Fiche 44. La purge	243
Techniques pour appliquer la pensée divergente	245
Fiche 45. "What's Good About It?"	246
Fiche 46. Des titres de journaux	249
Fiche 47. Une armée de mille soldats	251
Fiche 48. La pensée magique	253
Fiche 49. Le martien	256
Techniques pour stimuler la production d'idées	259
Fiche 50. La bissociation	260
Fiche 51. Deux cerveaux dans un aquarium	262

Fiche 52. La matrice de découverte.....	264
Fiche 53. Au voleur !.....	270
Fiche 54. La cataliste (ou liste catalyseur).....	272
Fiche 55. Le <i>brainwriting</i>	274
Techniques pour sélectionner les idées	277
Fiche 56. L'avocat de l'ange.....	278
Fiche 57. Les critères EOF.....	281
Fiche 58. La fiche-idée.....	284
Fiche 59. La stratégie de la catastrophe.....	286
Fiche 60. Le SWOT.....	288
Techniques pour vendre les idées	291
Fiche 61. Le pseudo magazine.....	292
Fiche 62. La radiographie du client.....	293
Fiche 63. Idées à vendre.....	294
Techniques pour clore une session de créativité	297
Fiche 64. Les cadeaux magiques.....	298
Fiche 65. Ce que j'aime en vous.....	300
Fiche 66. L'étoile du plaisir du participant.....	301
Au-delà des techniques	305
Du <i>brainstorming</i> à Armonya.....	305
Les étapes de la démarche.....	307
Quels sont les résultats attendus ?	309
Conclusion	311