

# Table des matières

Remerciements.....	9
Introduction .....	11
Preface.....	13
<b>Chapitre 1    Quelques aventures du mot créativité .....</b>	<b>15</b>
■ <i>L'essentiel de « quelques aventures du mot créativité » .....</i>	16
<b>1.1    La naissance transatlantique .....</b>	<b>17</b>
<i>Deux guerres mondiales et l'importation de « creativity ».....</i>	17
<i>La créativité, avant la créativité .....</i>	19
<b>1.2    La popularité croissante .....</b>	<b>23</b>
<i>Une popularité dopée par la société de consommation.....</i>	23
<i>Industries créatives et culturelles, créatifs culturels et classe créative.....</i>	24
<i>Planter le drapeau de la créativité en ville et dans les territoires....</i>	25
<i>Le nouveau vocabulaire enrichi en préfixes .....</i>	26
<b>1.3    Des points de repère pour une définition .....</b>	<b>29</b>
<i>De la soft skill au soft power sur fond de polycrise .....</i>	29
<i>Préciser les contours de la créativité pour l'évaluer: l'exemple de l'OCDE .....</i>	30
<i>Première tentative de définition .....</i>	31
■ <b>5 balises dans « quelques aventures du mot créativité ».....</b>	32
■ <b>Carnet pratique</b>	
<i>Le jeu des préfixes.....</i>	33
<i>La définition à tenter.....</i>	34
■ <b>Regards</b>	
<i>La créativité au Japon et en Chine .....</i>	35
<i>La créativité dans les Arts plastiques .....</i>	38

<i>Chapitre 2</i>	<b>Comment ça marche ? .....</b>	<b>43</b>
	■ <i>L'essentiel de « Comment ça marche ? » .....</i>	45
<b>2.1</b>	<b>Quatre modèles .....</b>	<b>47</b>
	<i>La pensée créative, par Graham Wallas.....</i>	47
	<i>La résolution créative de problème, avec Hubert Jaoui .....</i>	48
	<i>Le modèle componentiel de Teresa Amabile .....</i>	49
	<i>Le Double Diamant du Design Council UK .....</i>	50
<b>2.2</b>	<b>La Roue de la Créativité Opérationnelle .....</b>	<b>53</b>
	<i>Les 5 éléments composant la Roue .....</i>	55
	<i>La motivation, au centre .....</i>	55
	<i>Clarifier, c'est capital.....</i>	56
	<i>Imaginer, la ressource effervescente.....</i>	58
	<i>Élaborer, l'assemblage percutant.....</i>	60
	<i>Réaliser, dans la vie en vrai .....</i>	61
	<i>Des usages de la Roue.....</i>	63
<b>2.3</b>	<b>Comme un continuum.....</b>	<b>67</b>
	■ <i>5 balises dans « la créativité, comment ça marche ? ».....</i>	68
	■ <b>Carnet pratique</b>	
	<i>L'inventaire des rouages pour gagner en confiance créative.....</i>	69
	<i>Les néologismes de la créativité.....</i>	71
	■ <b>Regard</b>	
	<i>Fabriquer des idées.....</i>	72
<i>Chapitre 3</i>	<b>Ce qui motive l'élan de la créativité .....</b>	<b>79</b>
	■ <i>L'essentiel de « ce qui motive l'élan de la créativité » .....</i>	81
<b>3.1</b>	<b>Les rouages de l'effort créatif .....</b>	<b>83</b>
	<i>L'impulsion : l'effort proactif.....</i>	84
	<i>Le rebond : l'effort réactif.....</i>	85
	<i>La persévérance : maintenir l'effort .....</i>	87
	<i>Démotivation et lâcher-prise : détendre l'effort.....</i>	89
	<i>Le « flow » : l'effort épanouissant.....</i>	89
<b>3.2</b>	<b>Les émotions à l'appel.....</b>	<b>93</b>
	<i>L'émotion, poule et œuf de la créativité.....</i>	93
	<i>Le « Défi Dingue » qui motive : combiner l'émotion à l'ambition ....</i>	96

<b>3.3</b>	<b>Les doués en créativité .....</b>	<b>99</b>
	<i>Le don et le talent .....</i>	99
	<i>Deux états d'esprit influents.....</i>	100
	<i>Les compétences phares de la créativité.....</i>	101
	<b>■ 5 balises dans « ce qui motive l'élan de la créativité » .....</b>	<b>102</b>
	<b>■ Carnet pratique</b>	
	<i>Le Sonar des Émotions.....</i>	103
	<i>Code de conduite en équipe.....</i>	105
	<b>■ Regards</b>	
	<i>Créativité et accompagnement.....</i>	106
	<i>Pratiques Narratives et créativité, tisser des toiles narratives ...</i>	113
<b>Chapitre 4</b>	<b>D'où vient l'inspiration? .....</b>	<b>121</b>
	<b>■ L'essentiel de « d'où vient l'inspiration ? ».....</b>	<b>122</b>
<b>4.1</b>	<b>Décoder l'inspiration.....</b>	<b>123</b>
	<i>Le voyage dans le temps .....</i>	125
	<i>Une affaire de cadre .....</i>	127
	<i>Les ressources de 6 espaces pour stimuler, décoder, partager l'inspiration .....</i>	129
<b>4.2</b>	<b>Des pièges, des freins et des conditions propices .....</b>	<b>133</b>
	<i>Les pièges du plagiat et de l'appropriation culturelle.....</i>	133
	<i>Les freins à l'éclosion des idées .....</i>	135
	<i>Des conditions parfois bizarrement propices.....</i>	137
<b>4.3</b>	<b>Des alliés.....</b>	<b>141</b>
	<i>Le corps comme allié.....</i>	141
	<i>Des stimuli externes sensoriels, numériques, chimiques.....</i>	144
	<i>Les relations complexes de l'inspiration avec l'intuition .....</i>	146
	<b>■ 5 balises dans « d'où vient l'inspiration ? ».....</b>	<b>147</b>
	<b>■ Carnet pratique</b>	
	<i>Le bingo de l'inspiration .....</i>	148
	<i>La Terre est une patate.....</i>	149
	<b>■ Regard</b>	
	<i>Surprise sans pertinence n'est que ruine de la créativité .....</i>	150

<b>Chapitre 5</b>	<b>La créativité collective.....</b>	<b>155</b>
	■ <i>L'essentiel de « la créativité collective ».....</i>	157
<b>5.1</b>	<b>L'intelligence collective: réunir les conditions favorables .....</b>	<b>159</b>
	<i>La taille compte.....</i>	159
	<i>L'espace de travail est complice .....</i>	161
	<i>La dissonance des rythmes s'écoute.....</i>	162
	<i>Les singularités et les valeurs s'assument.....</i>	163
	<i>La régulation s'organise .....</i>	166
	<i>Des pratiques créaticides à neutraliser .....</i>	169
<b>5.2</b>	<b>Choisir les outils.....</b>	<b>171</b>
	<i>Une question d'équilibre entre méthode et techniques.....</i>	171
	<i>Introduction à 3 méthodes : TRIZ, CPS, Design Thinking .....</i>	172
	<i>Tester des techniques variées.....</i>	174
	<i>Trier et combiner les idées.....</i>	176
	<i>Des formats participatifs.....</i>	180
<b>5.3</b>	<b>Le jeu comme vitamine créative .....</b>	<b>183</b>
	<i>A3, les trois temps de l'animation.....</i>	184
	■ <b>5 balises dans « la créativité collective » .....</b>	185
	■ <b>Carnet pratique</b>	
	<i>Des slogans révélateurs.....</i>	186
	<i>Le Memo des atouts.....</i>	187
	■ <b>Regard</b>	
	<i>La couleur, marqueur créatif générationnel ? .....</i>	188
<b>Chapitre 6</b>	<b>Créativité &amp; Innovation, en résonance .....</b>	<b>201</b>
	■ <i>L'essentiel de « créativité et innovation, en résonance » .....</i>	202
<b>6.1</b>	<b>Ce qui distingue la créativité de l'innovation .....</b>	<b>203</b>
	<i>Faut-il être créatif pour innover ? .....</i>	204
	<i>Des usages qui bousculent et des paris audacieux .....</i>	205
<b>6.2</b>	<b>Des interactions croisées.....</b>	<b>207</b>
	<i>La médiation de la crise.....</i>	207
	<i>Quatre postures au croisement de la créativité et de l'innovation .....</i>	209
	<i>Des axes de créativité au service de l'innovation.....</i>	211

<b>6.3</b>	<b>Des pièges réciproques.....</b>	<b>215</b>
	Quand la créativité submerge l'innovation.....	215
	Quand l'innovation asphyxie la créativité .....	216
<b>6.4</b>	<b>Deux formats d'interactions: cocréation, open innovation .....</b>	<b>217</b>
	La cocréation .....	217
	L'open innovation.....	219
	<b>■ 5 balises dans «créativité et innovation, en résonance».....</b>	<b>221</b>
	<b>■ Carnet pratique</b>	
	Le démontage.....	222
	La récolte d'idées via les tendances .....	223
	<b>■ Regard</b>	
	Marque et créativité: un moteur à explosion?.....	224
<b>Chapitre 7</b>	<b>CrélAtivité, les nouveaux codes .....</b>	<b>233</b>
	<b>■ L'essentiel de «CrélAtivité, les nouveaux codes» .....</b>	<b>235</b>
<b>7.1</b>	<b>Ce que fait l'IA à la créativité .....</b>	<b>237</b>
	De l'ambivalence et des polémiques .....	237
	Une créativité «déshumanisée» et «aplatie» .....	239
	Une créativité augmentée: l'effet Proteus .....	241
<b>7.2</b>	<b>La créativité s'émancipe de l'IA .....</b>	<b>243</b>
	Le corps et ses intelligences.....	243
	La géographie .....	244
	La bidouille inventive.....	244
<b>7.3</b>	<b>Brainstormer avec l'IA .....</b>	<b>245</b>
	<b>■ 5 balises dans «la crélAtivité, les nouveaux codes» .....</b>	<b>246</b>
	<b>■ Carnet pratique</b>	
	Le débat varIAble .....	247
	Bataille d'IA pour une définition.....	248
	<b>■ Regard: Les machines peuvent-elles créer?.....</b>	<b>249</b>
	Conclusion.....	257
	Postface.....	259
	Bibliographie .....	261
	Les contributeurs.....	265