

Journées OPPE 2007

Atelier 1 : « Les techniques de créativité »

1. Composition de l'atelier :

Jean Luc Massol : Apce, auteur de l'ouvrage « Trouver une idée de création d'entreprise ». Il est intervenu pour présenter les principales techniques de créativité et leur utilisation auprès des étudiants.

Michel Ferlut, responsable du cycle d'ouverture et du service recrutement, Ecole des Mines d'Alès, a témoigné d'une opération conduite dans son école pour favoriser la créativité des étudiants.

Dominique Mentha, responsable du pôle formation de l'APCE, a animé l'atelier.

2. Les principaux apports de l'atelier :

Présentation de Jean Luc Massol :

Il existe plus de 200 techniques de créativité, mais seules quelques-unes sont fréquemment utilisées, notamment dans l'enseignement. Ces techniques sont utilisées dans les séances de cours pour permettre aux étudiants de trouver des idées nouvelles de produits et services.

On note que les principaux freins à la créativité sont : les normes, les habitudes, les règles et la rationalité.

Les cinq techniques les plus utilisées sont (la présentation power-point est disponible sur notre site) :

Une technique générale

- a. Le remue-méninges : il s'agit de produire des idées en groupe, sans se soucier des règles et de la réalité. Créer une ambiance de foisonnement d'idées avec le groupe, en recherchant la qualité, l'amélioration et l'association entre les idées. La sélection des idées se fait à la fin du processus.

Des techniques spécifiques

- b. La défectologie : c'est une attitude critique génératrice d'idées. Le principe est de partir des insatisfactions des produits et services utilisés, pour soit améliorer ces derniers ou proposer une solution intermédiaire. Contrairement à la technique précédente, la défectologie s'applique à un produit ou service déjà existant.
- c. Le concassage : à partir d'une liste de verbes d'action, il est question d'étendre, améliorer, transformer...ect, l'usage d'un produit ou d'un service et de libérer l'esprit par rapport à ces derniers. La recherche est faite à partir de verbes comme : augmenter, diminuer, inverser, combiner...etc
- d. Le meilleur moyen : comme son titre l'indique, cette technique cherche à identifier d'autres moyens (que ceux utilisés habituellement) pour atteindre un objectif. Il s'agit de se poser la question : « quel serait le meilleur moyen

pour ...etc », puis utiliser le remue-méninges pour trouver toutes les solutions possibles. La sélection de ces dernières se fait en fonction de leur faisabilité.

- e. L'espace de consommation : Cette technique qui s'applique uniquement aux produits ou services existants consiste à définir ces derniers à partir de leurs critères commerciaux. Cela permet de trouver de nouvelles idées pour étendre l'utilisation d'un produit, changer le moment de consommation...etc.

Présentation de Michel Ferlut :

Responsable du cycle d'ouverture à l'école des Mines d'Alès, Michel Ferlut a présenté une opération menée dans son établissement pour amener les étudiants à participer à un processus créatif pour le compte d'une entreprise.

Le dispositif consiste à faire intervenir une entreprise qui présente aux étudiants une problématique réelle à laquelle elle souhaite trouver une solution. Les élèves en groupe, sont en concurrence permanente pour répondre au commanditaire.

Cette opération, qui appelle à la fois la créativité des élèves mais aussi leurs compétences techniques acquises au sein de l'école, passe par un contrat entre l'entreprise et les élèves (ou groupe d'élèves). Ces dernières cèdent la propriété de leur idée à l'entreprise, celle-ci a toute la liberté de l'exploiter commercialement.

3. Réactions et débats :

L'opération menée à l'école des mines a suscité de nombreuses questions dans le public et ce à deux niveaux :

- D'une part certaines personnes se demandaient si des établissements universitaires (IUT par exemple), pouvaient mener ce type d'action et solliciter des entreprises comme Décathlon ou Legrain comme le fait l'école des mines. La question sous-jacente est celle de l'attractivité des établissements universitaires auprès des grandes entreprises.
- D'autre part, des enseignants sont intervenus sur l'aspect déontologique de l'opération, par rapport à la propriété intellectuelle de l'idée.

Sur ce dernier débat, l'argument avancé est celui de la connaissance des élèves de tous les termes du contrat avant leur engagement dans l'opération. De plus, les étudiants ont le choix de ne pas s'engager. D'après Michel Ferlut, les étudiants sont toujours très enthousiastes et jouent le jeu jusqu'au bout.