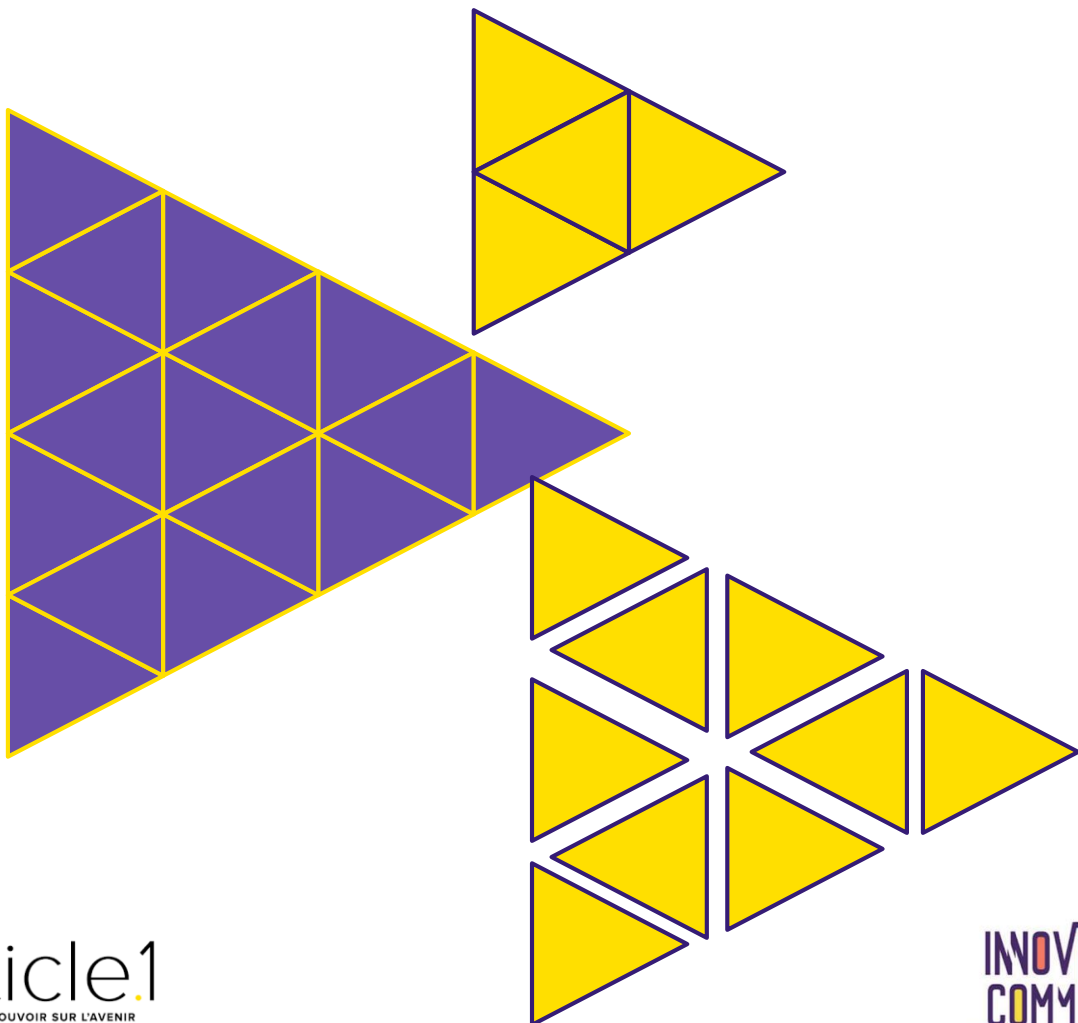


TOUS CREATIFS



Fiches pédagogiques

Animer les ateliers pratiques de
créativité





Mon pire cauchemar

Objectif	Imaginer comment améliorer un produit / service / process
Consigne résumé	Décrire le pire concernant l'utilisation d'un produit / service / process
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Feuilles de paper-board• Post-its• Feutres
Nombre de participants	4 à 15 participants
Temps	15 à 40 minutes

L'objectif de Mon pire cauchemar est d'améliorer un produit, un service, un process ou une organisation en prenant le contre-pied de l'appréciative inquiry. Pour cela, les participants sont amenés ensemble, à décrire le pire, à l'aide de post-it et sur un poster accroché au mur. Les questions posées peuvent être :

Mon pire cauchemar de Client / utilisateur

Mon pire cauchemar de Manager

Mon pire cauchemar d'Exploitant

Mon pire cauchemar d'Equipe

La seconde étape peut alors se dérouler de 2 manières différentes suivant les besoins de l'atelier :

// 1ère possibilité Pour chaque cauchemar identifié, répondre aux questions suivantes : Comment éviter ce cauchemar ? Sur quoi s'appuyer pour l'empêcher ? Comment atténuer l'impact des éléments soulevés ? Quelles actions mettre en oeuvre ?

// 2ème possibilité Avec la première étape les participants ont donc décrit des comportements, des traits qui font peur, qui énervent, voire qui répugnent... Que peut-il se cacher de positif derrière chacun de ces cauchemars ? Derrière chacun de ces traits négatifs ? N'avons pas besoin de ces perles cachées ? Comment mobiliser de tels traits ?



Le rebond créatif

Objectif	Idéation par le rebond créatif
Consigne résumée	Inscrivez l'ensemble de vos idées concernant le sujet sur des post-its, puis faites circuler vos post-its dans le sens des aiguilles d'une montre afin de permettre à chacun de rebondir sur vos idées.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Paper-board• Post-it• Feutres
Nombre de participants	5 à 10 participants
Temps	5 minutes + 5 minutes par participants + 3 minutes de restitution par participant

Posez la question ou le sujet sur lequel vont travailler les participants et identifier des idées. Demandez-leur, en 5 minutes, d'inscrire un maximum d'idées, de manière individuelle, sur leurs post-its, avec la règle 1 idée = 1 post-it. Faire ensuite circuler les post-its par la gauche. Chaque participant faisant passer ses post-its à son voisin de gauche. La consigne est alors de rebondir et d'enrichir tous les post-its que l'on reçoit sans contredire ou nuancer, les idées doivent être prises pour acquises avec l'obligation de les enrichir et de rebondir.

Faire autant d'itération qu'il y a de participants, afin de permettre à chaque candidat de retrouver en fin de séquence ses idées enrichies.

Inviter ensuite les participants à partager leurs idées par ressemblance pour partager ensuite ensemble sur un Paper-board, toutes les idées données, les catégoriser et les nettoyer.

L'objectif de cet exercice est de profiter de l'intelligence collective et d'utiliser le rebond créatif pour produire de nouvelles idées et trouver des solutions.



Le hasard

Objectif	Utiliser le tirage de mots aléatoire, pour provoquer le cerveau et produire des idées nouvelles.
Consigne résumée	Tirez un mot au hasard et voyez comment le lier, en produisant des idées, au sujet, produit, service, process... sur lequel vous travaillez.
Matériel	Un paquet de cartes contenant des mots aléatoire ou un dictionnaire qui sera ouvert au hasard et dont on pointera un mot au hasard.
Nombre de participants	4 à 15 personnes
Temps	15 à 40 minutes

Le cerveau fonctionne comme une carte géographique, par habitude nous avons souvent tendance à emprunter les mêmes chemins. Utiliser le hasard et notamment le tirage d'un mot au hasard (ou d'une image), permet de provoquer le cerveau en le projetant à un autre endroit nouveau sur sa carte mentale.

Pour cela, demandez aux participants de tirer un à un des mots au hasard (dans une liste de cartes ou dans un dictionnaire) et quel que soit le mot tiré, demandez aux participants de le relier obligatoirement par une ou plusieurs associations d'idées, au sujet, produit, service, process... traité pour produire des idées nouvelles.

Cet exercice doit interdire tout jugement ou nuance des idées données. Que des "oui et...", jamais de "non" ou de "oui mais..." Invitez ensuite les participants à réunir leur idées par ressemblance pour trier les idées et identifier avec les participants les pistes à approfondir.



Hacker / Disrupter sa vie (1/2)

Objectif	Faire de l'étrange un familier en prenant conscience de ses habitudes pour mieux les transformer.
Consigne résumée	Listez vos habitudes du quotidien et imaginez pour chacune comment vous pourriez faire différemment.
Matériel	Un feuille et un stylo par personne.
Nombre de participants	1 personne minimum
Temps	15 à 30 minutes

Divisez une feuille blanche en deux colonnes. Dans la colonne de droite, notez quelles sont vos habitudes sur une journée ou, mieux, sur une semaine. A quelle heure vous levez-vous ? Que mangez-vous ? Quelles sont vos habitudes matinales ? Par quelle route vous rendez-vous à l'école, au travail, au bureau ? Où allez-vous déjeuner ? Que mangez-vous ? Que faites-vous en général en fin d'après-midi ? Où dînez-vous ? Que mangez-vous ? Comment occupez-vous vos soirées ? Que faites-vous avant de vous coucher ? Que faites-vous le samedi ? Que faites-vous le dimanche ?

Dans la colonne de gauche, face à chaque habitude, imaginez comment la remplacer par quelque chose d'inédit pour vous, et imaginez le déroulement d'une journée, ou d'une semaine, totalement en rupture avec vos habitudes. Puis décidez de vivre réellement la différence et cette disruption.

Une fois que vous aurez vécu cette journée ou cette semaine différente, prenez le temps de noter dans votre carnet ce qui vous a plus ou moins plu. Mais aussi quelles sont les choses nouvelles que vous avez découvertes.



Hacker / Disrupter sa vie (2/2)

Changer nos habitudes c'est s'ouvrir à la nouveauté et à la découverte de nouvelles idées, objets, formes, couleurs, odeurs, impressions... Saisissez-les en enrichissant votre carnet à idées. Plus d'idées, c'est plus de possibilités d'associations et de combinaison, et donc plus de créativité.

Développez l'habitude de faire de l'étranger un familier

“Rendre romantique le monde, c'est nous faire prendre conscience de sa magie, de son mystère et de sa merveille. C'est éduquer les sens pour voir l'ordinaire comme extraordinaire, le familier comme étrange, le mondain comme sacré, le fini comme infini”. (Novalis)

Côtoyez des environnements et des personnes créatives vous rendra vous-même plus créatif. Faites de la nouveauté une habitude. Ouvrez-vous en permanence à la rencontre de personnes issues d'univers et de parcours de vie différents du vôtre. Ouvrez-vous à de nouveaux champs en sachant découvrir et apprendre, tel un enfant curieux, des livres, des musiques, des films ou des arts qui sont éloignés de vos champs de prédilection.



La carte empathique (1/2)

Objectif	Se mettre dans l'esprit d'une personne ou type de personne dont on souhaite mieux comprendre la psychologie.
Consigne résumée	Remplir la carte empathique
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Une carte empathique par groupe• Post-it• Feutres
Nombre de participants	Des groupes de 4 à 7 personnes
Temps	30 minutes pour remplir la carte + 3 minutes de restitution par groupe

En utilisant la carte ci-dessous (et par groupe de 7 personnes maximum), l'objectif de l'atelier consiste à identifier les éléments extérieurs et intérieurs qui influencent la pensée et les actions d'un Persona sur lequel on se penche (en imaginer un prénom et un nom et l'inscrire dans la case vierge en haut de la carte empathique afin de personnifier et de faciliter le processus d'empathie) et vis-à-vis du sujet que l'on traite, comprendre ce qui influence son comportement, en résumant de manière visuelle les réflexions de l'ensemble des participants.

La carte empathique repose sur les réponses apportées, successivement, à 6 questions de base (A adapter en fonction du sujet traité) :

// **Que voit** le Persona ? Quel est son environnement, qui sont ses amis, quelles sont les offres auxquelles il est exposé, quels problèmes rencontre-t-il ?

// **Qu'entend** le Persona ? Que disent ses amis, ses collègues ? Qui l'influence vraiment ? A quels médias fait-il confiance ?

// **Que pense** et que **ressent** le Persona ? Quelles sont ses préoccupations majeures ? Qu'est-ce qui peut l'émouvoir ou le perturber ?



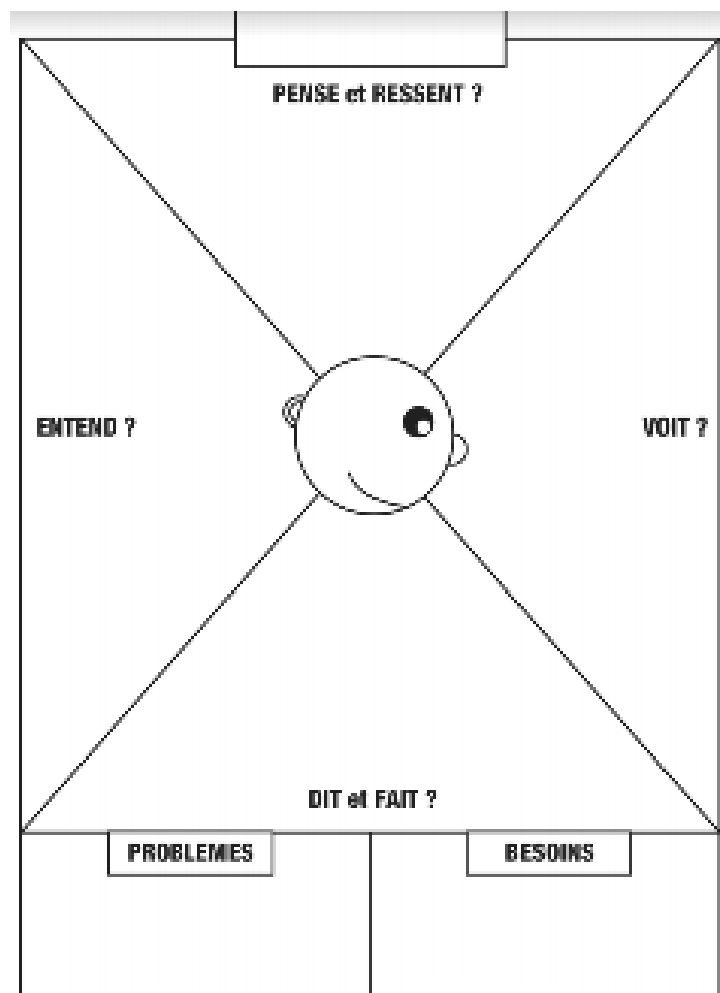
La carte empathique (2/2)

// **Que dit et que fait** le Persona ? Quelle est son attitude en public ? Que dit-il aux autres ? Attention à l'écart possible entre ce que le Persona dit et ce qu'il ressent vraiment.

// **Que craint** le Persona (ou quels sont ses problèmes) ? Quelles sont ses plus grandes frustrations ? Quels sont les obstacles entre lui et ce qu'il souhaite ou veut accomplir ? Quel risque est-il prêt à prendre ?

// **Qu'espère** le Persona (ou quels sont ses besoins) ? Que souhaite-t-il vraiment ? Quels sont ses véritables besoins ? Quels sont ses critères de succès ? Pensez aux solutions qui lui permettraient d'atteindre ses objectifs.

Ce jeu permettra à un groupe de mieux comprendre une cible qu'elle vise dans le cadre de la mise en place d'un nouveau produit, d'un nouveau service, d'un nouveau process ou encore dans le cadre d'une négociation.





Et si le monde était à l'envers ?

Objectif	Idéation par l'inversion des paradigmes
Consigne résumée	Identifier les paradigmes qui composent un produit, un service ou un process, puis les inverser ou les provoquer.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Paper-board• Post-it• Feutres
Nombre de participants	4 à 15 personnes
Temps	De 15 à 30 minutes

Tout objet, produit, service, process... est constitué de paradigmes (une voiture est constituée d'un volant, de roues, d'un moteur, de sièges, d'une carrosserie...). Les identifier pour ensuite les inverser ou les provoquer est une source puissante pour produire des idées nouvelles et en rupture.

Pour le sujet, le produit, le service, le process, sur lequel vous souhaitez produire des idées nouvelles, invitez les participants, sur une feuille, divisée en 3 colonnes à :

// Lister dans la colonne de droite tous les paradigmes qu'ils peuvent identifier. Récoltez une dizaine de propositions.

// Ecrire dans colonne du milieu le paradigme inversé. Par exemple, pour le paradigme roue il est possible d'écrire "sans roue".

// Demandez ensuite aux participants, cette fois-ci dans la colonne de gauche, d'identifier des idées construites à partir d'une inversion ou provocation du paradigme. Exemple : Comment imaginer une voiture sans roues ? Réponse possible : une voiture qui fonctionnerait à la manière des tanks avec des chaînes.

Les participants ne doivent pas chercher à nuancer ou critiquer les idées produites, mais au contraire tout tourner en positif (pas de "non" et de "oui mais...", uniquement des "oui" et des "oui et..") et chercher à produire des idées nouvelles, même si elles peuvent sembler absurde au premier abord.

Utiliser ensuite un diagramme des affinités (qui consiste simplement à regrouper les idées semblables) et voir avec les participants quels sont les champs du possible ouverts qui mériteraient d'être explorés.



Qui sommes-nous ?

Le projet Tous Créatifs est né de la collaboration des membres des associations Article 1 et Innovation Commando. Ayant en commun la volonté d'insuffler la culture de l'innovation, s'allier pour ne faire qu'un derrière un projet était une évidence.

Article.1
PRENDRE LE POUVOIR SUR L'AVENIR

Article 1 est né de la fusion de Frateli et de Passeport Avenir dans le but d'unir nos forces et de permettre à un maximum de jeunes de prendre le pouvoir sur leur avenir. Guidées par des valeurs communes de justice, d'égalité, de fraternité et de liberté, nos deux associations ont développé des programmes qui font appel aux mêmes leviers : tisser des liens et organiser des rencontres entre ces jeunes et des volontaires issus du monde professionnel, désireux de partager leurs savoirs et leur engagement.

En oeuvrant pour la réussite, l'égalité des chances, Article 1 souhaite également insuffler aux jeunes la culture de l'innovation et de la créativité qui sont, aujourd'hui des compétences pour la pensée créative.

**INNOVATION
COMMANDO**

Le mouvement Innovation Commando est une association loi 1901 dont l'objectif est de diffuser auprès du plus grand nombre les clés de la créativité et de l'innovation, en replaçant au cœur de ces processus l'humain et la relation humaine. Sa mission est de permettre à chacun de s'approprier les concepts et outils lui permettant de créer et faire progresser tous les champs de notre société.

Ce mouvement a été créé par Cyril de Sousa Cardoso et Jean-Christophe Messina, co-auteur de l'ouvrage l'Art de l'Innovation. Dans ce livre, vingt-et-un récits illustrent quels sont les clés et leviers de la créativité et de l'innovation, mais aussi pourquoi nous sommes tous les héritiers et les héros modernes de la grande Histoire de l'Innovation.



[Article 1.eu](http://Article1.eu)



[Article 1](https://www.facebook.com/Article1)



[AssoArticle1](https://twitter.com/AssoArticle1)



InnovationCommando.org



[Innovation Commando](https://www.facebook.com/InnovationCommando)



[InnoCommando](https://twitter.com/InnoCommando)