

Préface

Vous tenez dans les mains un objet rare : un livre sur l'animation créative de réunions.

Rare car, s'il existe de nombreux livres sur le thème de la créativité, il n'en existe que très peu qui abordent la question de l'animation créative.

Celui-ci est totalement consacré à cette fonction essentielle, et pourtant encore négligée, dans les organisations.

Rare également car il est le fruit d'une co-construction entre un praticien de la créativité et de l'innovation en entreprise et une consultante spécialiste du sujet. Les auteurs nous font bénéficier ainsi de leurs regards croisés sur la fonction d'animateur et sur ses applications concrètes au sein des organisations.

Rare – enfin – car la problématique de l'animation des réunions y est traitée de manière exhaustive. Les notions et principes de la créativité sont clarifiés. La rigueur de la démarche est très justement rappelée. Un ensemble de méthodes, de techniques et d'exercices de créativité est proposé. Chacune des composantes, théorique ou pratique, de l'animation créative est décrite et explicitée de manière détaillée.

Ce livre révèle toute la richesse – et toute la difficulté – d'être un bon animateur de la créativité des personnes.

Animer : « Donner vie, mettre en mouvement », dit le dictionnaire. Il s'agit bien de cela, motiver la participation individuelle et stimuler la production en groupe. Accompagner des personnes, les guider, les aider à trouver en eux de la nouveauté et de la pertinence (et impertinence...) au service d'une problématique d'innovation, d'amélioration ou de changement.

Cette activité requière effectivement des compétences multiples sur lesquelles l'ouvrage fait toute la lumière. Les précisions apportées, notamment sur le rôle des émotions dans le processus créatif, nous éclairent sur l'importance de la qualité de la relation entre l'animateur et le groupe. Les fondements empruntés à l'Analyse Transactionnelle, la Sophrologie, la Systémique, ou encore la Programation

Neuro-Linguistique, permettent de donner corps à cet ensemble d'aptitudes qui compose « l'état d'être » du bon animateur.

Pour enrichir encore cette présentation – déjà complète – de la fonction d'animateur, les auteurs s'autorisent quelques incursions parallèles dans l'univers de la formation (un domaine connexe à l'animation de groupes de créativité, même si la position de formateur est différente de celle d'animateur...). Les explications données sur le fonctionnement du cerveau, s'appuyant sur les découvertes récentes des neurosciences, nous éclairent sur les aspects cognitifs mis en jeu dans les fonctions de transmission d'information et d'apprentissage.

Tout cela en fait un livre nécessaire, à un moment où les entreprises ont cruellement besoin d'animation de la créativité collective.

Les moments de réflexion collective, les réunions de travail, souffrent d'un manque de méthode qui génère un gâchis économique et humain (pour sensibiliser sur ce sujet, il existe des applications smartphone permettant de calculer le coût des réunions à partir du salaire horaire des participants...).

Beaucoup de réunions sont caractérisées par un manque d'ouverture, de remise en question de l'existant, d'audace qui brident la capacité d'innovation collective et bloquent l'expression de nouveautés.

Les salles de réunion deviennent souvent des scènes de crime : on y assassine des idées !

A peine formulées, elles sont les victimes d'un *sniper* à l'affût de la moindre nouveauté, du moindre changement..., ou exécutées par un peloton de censeurs au nom d'un dogme souvent dépassé.

L'accueil des idées et la bienveillance constituent la source de l'animation créative.

Au delà des réunions créatives, il s'agit d'instaurer dans nos organisations un nouveau management s'appuyant davantage sur l'intelligence collective et la créativité des personnes.

Le manager d'aujourd'hui doit être un animateur de l'initiative et de la créativité de ses collaborateurs. Il doit savoir créer des conditions propices à l'expression de propositions nouvelles dans son équipe. Il doit développer la capacité de chacun à s'inscrire de manière concrète et volontaire dans une dynamique de changement. Activer les énergies pour améliorer ce qui ne va pas, changer ce qui doit l'être et inventer ce qui n'existe pas encore...

L'histoire est en marche, la créativité est aujourd'hui entrée dans les mœurs de beaucoup d'organisations qui se préoccupent de changement et d'innovation au sens large. Depuis une quinzaine d'années, au-delà des services marketing, d'autres secteurs de l'entreprise, comme les Ressources Humaines, la R&D, la Stratégie ou les Méthodes, utilisent aussi des approches créatives, ponctuellement ou de manière plus récurrente.

Les entreprises fortement engagées dans ces démarches considèrent la créativité comme une ressource qui se doit d'être gérée. Pour ces pionniers, le management de la créativité vise à construire une nouvelle culture intégrant fortement la composante innovation.

Une culture de l'innovation renvoie à une notion ancrée en profondeur dans les valeurs de l'entreprise et qui se manifeste au quotidien dans les comportements. Créer une culture de l'innovation revient à catalyser ses valeurs et ses pratiques et à les faire partager : l'innovation, c'est l'affaire de tous. Cela ne se décrète pas. Il s'agit de mettre en œuvre, sur le long terme, un système global et complexe capable de favoriser et reconnaître les comportements individuels et collectifs novateurs pour les diffuser et les faire partager. L'objectif est atteint quand l'innovation est devenue un processus social quotidien dans l'organisation.

La mise place de groupes de créativité est souvent la 1^{ère} pierre de cet édifice.

Dans cette optique, cet ouvrage consolidera la pratique des personnes animant déjà des réunions créatives.

Puisse-t-il aussi favoriser une prise de conscience sur les bénéfices multiples de ces approches d'innovation, susciter des envies d'animation créative et permettre au plus grand nombre de mettre « le pied à l'étrier », grâce à toutes les ressources présentées.

Et peut-être faire naître des vocations d'animateurs...

Rémi Saint-Péron
Président de Creative System
Administrateur de Créa-france²

² Association Française pour le Développement de la Créativité,
<http://crea-france.fr>