



Synthèse de la conférence du 11 mars 2014 « *Le pouvoir de l'impossible* »

Avec Mark RAISON, facilitateur en créativité, en innovation et en impossible
Blog : www.markraison.com - Site : www.yellowideas.com

Merci pour votre accueil. J'ai découvert la créativité quand j'avais 17-18 ans au travers de deux ouvrages : *Applied imagination* d'Alex Osborn et *Lateral thinking* d'Edward de Bono. J'ai trouvé cela fascinant. Mais l'approche américaine du sujet est marquée par le caractère pragmatique : or, je me suis dit qu'une autre entrée était possible... Celle de l'impossible ! Mon métier aujourd'hui, c'est de faciliter la créativité, en accélérant la génération d'idées.

Je suis piperomane, c'est-à-dire passionné de poivre et d'épices exotiques. A l'époque des grandes découvertes qui ont permis de les détecter, il y avait deux grands personnages, le navigateur et le cartographe. Les cartographes ayant le courage de reconnaître qu'ils ne connaissaient pas la route à prendre étaient peu nombreux... Tout comme sont peu nombreux aujourd'hui les dirigeants ou managers qui reconnaissent qu'ils ne savent pas. Il nous faut précisément commencer par abattre nos murs de certitudes : bienvenue dans le monde des dragons créatifs !

Je voudrais dans cette perspective partager trois leviers avec vous :

- la vraie nature de la créativité
- ce à quoi sert l'impossible
- et quelques pratiques de créativité.

1. La vraie nature de la créativité

On trouve des dizaines de définitions de la créativité. Un piège consiste à l'assimiler aux personnalités artistiques. En fait, les créatifs ont des routines et des rituels qui les aident à l'être. Alors posons-nous la question : quelles sont les habitudes que nous prenons pour favoriser la survenue d'idées nouvelles ?

La créativité est l'activité qui consiste à chercher, penser des idées nouvelles ; c'est le fait d'avoir la tête dans les nuages. Le plus grand frein à cette créativité est notre propre rationalisation, i.e. notre capacité à très vite inscrire les choses dans un faisceau de contraintes : temps, budget... On intègre tellement de contraintes qu'il n'y a plus d'espace pour la créativité. Lorsqu'on demande aux gens dans quels lieux leur viennent les idées nouvelles, ils répondent majoritairement que c'est dans leur voiture ou leur salle de bains... Pas dans leur lieu de travail, ce qui montre que nous avons un problème !

La créativité ne vient pas d'un « Eureka » comme on le dit souvent. Elle provient d'un triple facteur :
- d'abord, la solitude : il faut se confronter à son propre monde, faire un travail personnel avant de le mettre à la disposition d'un groupe ;

- ensuite, une urgence et – paradoxalement – du temps : quand les psychologues interrogent les managers sur l'état favorable à la créativité, ces derniers répondent certes que c'est l'état de stress ; mais leurs études sérieuses montrent rigoureusement l'inverse !
- Enfin, un focus précis sur un objet ou un problème.

L'innovation consiste, elle, en la mise en œuvre réussie des idées issues de la créativité. Mais attention : l'innovation peut être un grand frein à la créativité ! En effet, le rêve des dirigeants est de parvenir à obtenir de l'innovation en se passant au maximum de la créativité... Les premières idées qu'on a sont banales, peu imaginatives, des idées de mémoire. Il faut passer cette première étape, purger ces premières idées-mémoire, être assez patient pour cela : être « beyonders », aller au-delà des frontières habituelles de raisonnement, ce qui suppose de rester une très longue période de temps devant l'inconnu.

Voici deux secrets de créatifs. Le premier est d'être en mesure de dépasser les questions brutes, qui sont presque toujours des mauvaises questions : « comment remotiver nos vendeurs ? » en est un exemple. A l'inverse, les bonnes questions créatives sont empreintes d'ambition et d'émotion. Il faut pour y parvenir partir des questions brutes, qui sont plus naturelles, et les « challenger ». Le deuxième secret est de « penser out of the box ». C'est l'apport de la pensée disruptive, qui consiste à remonter jusqu'au paradigme : ainsi, si l'on veut réfléchir à de nouveaux modèles de dés, remonter jusqu'au paradigme de l'objet à six faces et imaginer autre chose ; ou si l'on réfléchit à de nouveaux types de ventilateur ou d'aspirateur, faire comme Dyson et en remettre en cause les dimensions classiques. Cela amène à poser des questions bizarres : tant mieux, c'est ce qu'il faut.

2. A quoi sert l'impossible ?

L'impossible est très utile ! Il sert en effet à trois choses :

- nous indiquer que nous sommes arrivés à une frontière. Il faut faire une cartographie des frontières de son domaine !
- Nous faire gagner du temps en imaginant des choses non réalisables à l'instant présent
- et nous aider à mobiliser des équipes de manière extraordinaire.

Donc : vivez vos impossibles, affichez-les sur vos murs, fréquentez des gens qui vous écoutent parler de vos impossibles ! Lorsqu'on formule ses impossibles, on découvre qu'on n'est pas tout seul, et on trouve des facilitateurs.

La vraie fonction de l'impossible est en fait d'être remis en question. La première chose à faire, c'est de l'écrire, et de se demander quelle première étape peut être posée. Il faut aussi jouer avec l'impossible, réunir des amis... L'impossible est temporaire.

3. Quelques pratiques de créativité

- Le carnet à idées (jaune, bien sûr).
- Les rapports d'étonnement croisés.
- Le recours à des facilitateurs de créativité !

« *Le sel de l'existence est essentiellement dans le poivre qu'on y met.* » (Alphonse Allais)