

REGARDS CROISÉS SUR LA CRÉATIVITÉ

"Les dessous de la créativité" éditions Ellipses

10 heures de lecture inspirante

35 balises pour synthétiser les apports et
prendre le pouls du livre en 10 minutes

5 heures d'atelier en **14 carnets pratiques**

9 témoignages d'entrepreneurs, d'artistes,
de psychologues, de chercheurs

Comment comprendre la créativité ?

Multidimensionnelle, elle résiste à toute définition catégorique. Puissante, elle s'impose face aux turbulences du quotidien, et aux défis contemporains. Elle engage dans la recherche de solutions, elle donne forme aux idées. Véritable force motrice, elle combine l'énergie individuelle et l'alchimie collective pour changer la donne. Elle forme un continuum qui relie l'idée à l'action pour cranter dans le réel.

Cet essai clarifie le concept et communique des faits pour embrasser la richesse du sujet. Des entrepreneurs, des artistes, des formateurs, des chercheurs y témoignent d'une créativité vécue, dans des contextes variés : transformation et management, art et création, émotions et perceptions interculturelles, développement personnel et coaching, marketing et communication, innovation et intelligence artificielle.

Sept chapitres rythment la lecture :

- Quelques aventures du mot « créativité »
- Comment ça marche ?
- Ce qui motive l'élan de la créativité
- D'où vient l'inspiration ?
- La créativité collective
- Créativité & innovation, en résonance
- CréAtivité, les nouveaux codes



CONTENU À ENTRÉES MULTIPLES

Ce livre se traverse, se feuillette, en sur-mesure. Chaque chapitre forme une entrée en matière autonome, à choisir selon l'humeur ou la priorité du moment. Cette structure ouverte invite à s'approprier le contenu, à tracer un chemin personnel avec les idées, les outils et les témoignages proposés.

Riche d'exemples, ancré dans la culture européenne, l'ouvrage est destiné à des étudiants, à des professionnels et à toute personne curieuse souhaitant comprendre et stimuler sa créativité. Il est un appui pertinent pour les individus comme pour les équipes, avec une palette d'approches variées et argumentées, éclairantes au quotidien.

L'ouvrage s'inscrit aux éditions Ellipses dans **la collection «Les dessous de...»**, coordonnée par Julien Féré. Cette collection lancée en 2019, établit des ponts entre la théorie et la pratique. Elle déconstruit les idées reçues, et propose des méthodes concrètes pour développer les notions qui y sont exposées.

Avec "Les dessous de la créativité", la réflexion s'enrichit d'exemples concrets, de 12 schémas inédits, d'outils de créativité et de carnets pratiques pour s'entraîner. Elle croise, entre autres, OpenAI et Midjourney, les Jeux Olympiques Paris 2024, les marques IKEA et Back Market, Jennifer Lopez en état de flow, les architectes Antoni Gaudi et Frank Gehry, les artistes Mark Rothko et Marina Abramović, le géoïde de la Terre, les couleurs Millennial Pink et Brat Green...

Catherine Champeyrol, l'auteure principale, partage les concepts clés et son expérience sur le terrain. Elle insuffle confiance et motivation pour libérer les créativité et consolider la culture de la créativité dans tous types d'organisations (associations, centres de formation, entreprises, institutions...). Elle s'entoure de **11 contributeurs aux profils variés, pour témoigner de créativité vécues** : artiste plasticien, musicien, psychologue, coach, entrepreneur, chercheurs, expert du digital...

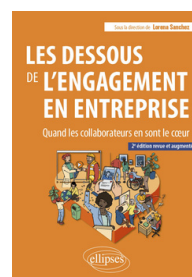
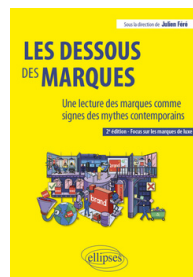
272 pages - publié en juin 2025

Papier - ISBN 9782340103023

Numérique - ISBN 9782340104556



Julien Féré, Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication. Professeur associé au CELSA Paris Sorbonne, Partner Marketing et Communication chez Onepoint.



Les contributeurs invités : Sylvie Bernard-Curie, Rose K. Bideaux, Michel Dalonneau, Olivier Delevigne, Julien Féré, Nathalie Fleck, Frédéric Héritier, Franck Jeannin, Julia Kalfon, Catherine Mengelle, Sabine Ruaud



Catherine Champeyrol, a une solide expérience de dirigeante dans l'industrie, la prospective, le digital, dans des contextes exigeants. Avec ses mains dans la couleur depuis l'enfance, artiste peintre sous le nom de Cacham elle expose en France et à l'étranger.



En 2009, elle fonde l'agence Beautemps et, depuis, elle accompagne avec les leviers de la créativité des organisations de toutes tailles (SNCF, Engie, Galeries Lafayette, Sindup, La Méridionale, des maisons du luxe...) en France et à l'international.

Contact : catherine@beautemps.com
Tel : +33 (0)6 76 28 40 68

Table des matières

Remerciements.....	9
Introduction	11
Préface.....	13

Chapitre 1 Quelques aventures du mot créativité15

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

3.3 Les doués en créativité	99
Le don et le talent	99
Deux états d'esprit influents.....	100
Les compétences phares de la créativité.....	101
■ 5 balises dans « ce qui motive l'élan de la créativité »	102
■ Carnet pratique	
Le Sonar des Émotions.....	103
Code de conduite en équipe.....	105
■ Regards	
Créativité et accompagnement.....	106
Pratiques Narratives et créativité, tisser des toiles narratives ...	113

Chapitre 4 D'où vient l'inspiration? 121

■ L'essentiel de « d'où vient l'inspiration? »	122
4.1 Décoder l'inspiration	123
Le voyage dans le temps	125
Une affaire de cadre	127
Les ressources de 6 espaces pour stimuler, décoder, partager l'inspiration	129
4.2 Des pièges, des freins et des conditions propices	133
Les pièges du plagiat et de l'appropriation culturelle.....	133
Les freins à l'éclosion des idées	135
Des conditions parfois bizarrement propices.....	137
4.3 Des alliés	141
Le corps comme allié.....	141
Des stimuli externes sensoriels, numériques, chimiques.....	144
Les relations complexes de l'inspiration avec l'intuition	146
■ 5 balises dans « d'où vient l'inspiration? ».....	147
■ Carnet pratique	
Le bingo de l'inspiration	148
La Terre est une patate.....	149
■ Regard	
Surprise sans pertinence n'est que ruine de la créativité	150

Chapitre 2 Comment ça marche?43

■ L'essentiel de « Comment ça marche? »	45
2.1 Quatre modèles	47
La pensée créative, par Graham Wallas	47
La résolution créative de problème, avec Hubert Jaoui	48
Le modèle componentiel de Teresa Amabile	49
Le Double Diamant du Design Council UK	50
2.2 La Roue de la Créativité Opérationnelle	53
Les 5 éléments composant la Roue	55
La motivation, au centre	55
Clarifier, c'est capital.....	56
Imaginer, la ressource effervescente.....	58
Élaborer, l'assemblage percutant	60
Réaliser, dans la vie en vrai	61
Des usages de la Roue.....	63
2.3 Comme un continuum	67
■ 5 balises dans « la créativité, comment ça marche? ».....	68
■ Carnet pratique	
L'inventaire des rouages pour gagner en confiance créative.....	69
Les néologismes de la créativité.....	71
■ Regard	
Fabriquer des idées.....	72

Chapitre 3 Ce qui motive l'élan de la créativité79

■ L'essentiel de « ce qui motive l'élan de la créativité »	81
3.1 Les rouages de l'effort créatif	83
L'impulsion: l'effort proactif.....	84
Le rebond: l'effort réactif.....	85
La persévérance: maintenir l'effort	87
Démotivation et lâcher-prise: détendre l'effort.....	89
Le « flow »: l'effort épanouissant	89
3.2 Les émotions à l'appel	93
L'émotion, poule et œuf de la créativité.....	93
Le « Défi Dingue » qui motive: combiner l'émotion à l'ambition	96

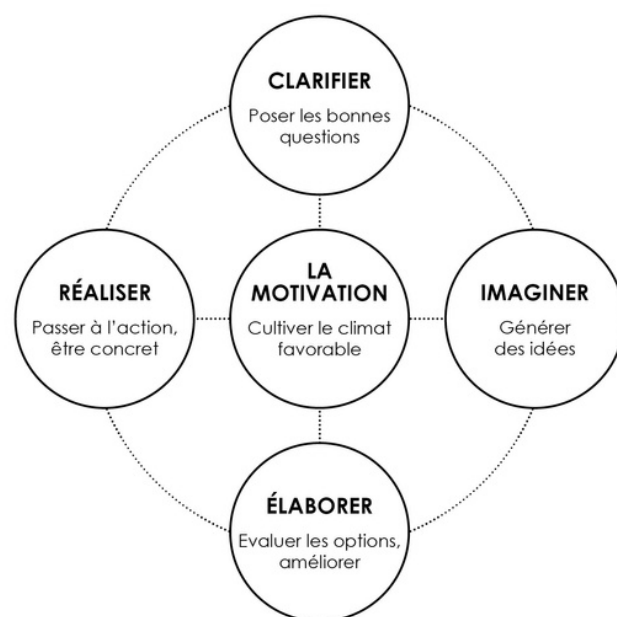
Chapitre 5 La créativité collective.....155

■ L'essentiel de « la créativité collective »	157
5.1 L'intelligence collective: réunir les conditions favorables	159
La taille compte.....	159
L'espace de travail est complice	161
La dissonance des rythmes s'écoute.....	162
Les singularités et les valeurs s'assument.....	163
La régulation s'organise	166
Des pratiques créaticides à neutraliser	169
5.2 Choisir les outils	171
Une question d'équilibre entre méthode et techniques.....	171
Introduction à 3 méthodes: TRIZ, CPS, Design Thinking.....	172
Tester des techniques variées	174
Trier et combiner les idées.....	176
Des formats participatifs	180
5.3 Le jeu comme vitamine créative	183
A3, les trois temps de l'animation.....	184
■ 5 balises dans « la créativité collective »	185
■ Carnet pratique	
Des slogans révélateurs.....	186
Le Memo des atouts.....	187
■ Regard	
La couleur, marqueur créatif générationnel?	188

Chapitre 6 Créativité & Innovation, en résonance201

■ L'essentiel de « créativité et innovation, en résonance »	202
6.1 Ce qui distingue la créativité de l'innovation	203
Faut-il être créatif pour innover?	204
Des usages qui bousculent et des paris audacieux	205
6.2 Des interactions croisées	207
La médiation de la crise.....	207
Quatre postures au croisement de la créativité et de l'innovation.....	209
Des axes de créativité au service de l'innovation.....	211

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



5 dimensions de
la Roue de la Créativité Opérationnelle



5 balises dans « la créativité collective »

- **L'intelligence collective et créative est un équilibre qui se construit et s'entretient dans le temps,**
- **La taille de l'équipe compte,** une petite assemblée subit moins la pression de conformité qui lisse la créativité,
- **Préciser et nuancer des notions clés c'est essentiel :** expression des valeurs, statuts de l'erreur, nuances du vide... réguler ces sujets sensibles améliore la collaboration créative,
- **Les meilleurs managers d'une équipe créative** ne sont pas les plus créatifs mais les plus attentifs à la dynamique collective,
- **Les outils sont des points de repère** à partager et à faire à sa main, non pas des accessoires à empiler.