

L'idée d'affaires

Présentation accompagnant
l'ouvrage

Verstraete T., Saporta B. Création
d'entreprise et Entrepreneuriat, Les
Editions de l'ADREG, janvier 2006

<http://www.adreg.net>

Partie 2 – chapitre 5 – section 1



Thèmes abordés

Ces idées qu'on voudrait les nôtres...

Les sources de l'idée

*Les méthodes destinées à trouver ou
mettre au point des idées*

La protection de l'idée





Ces idées qu'on voudrait les nôtres

un concept sans lequel les affaires ne peuvent s'imaginer

Discrétion vs discussion – possession vs diffusion

L'idée doit se conceptualiser tout en restant simple

Trois aspects à travailler :

- La source de l'idée
- La mise au point de l'idée
- La protection de l'idée



Les sources d'idées

L'expérience antérieure

Les clients comme source d'idées nouvelles

La passion

L'idée inattendue

La résolution d'un problème

L'idée rapportée d'un voyage à l'étranger

La recherche délibérée

...



Les méthodes

Domaine de l'heuristique

Créativité et innovation

Formalisation plus ou moins poussée dans les entreprises existantes



Les méthodes

L'analyse défectuologique

- Son principe : inventorier les fonctions d'un produit pour les critiquer systématiquement.
- Sa mise en œuvre : questionnaire et enquête



Les méthodes

Le brainstorming

- Son principe : générer, grâce à une « tempête dans les cerveaux », une production d'idées
- Sa mise en œuvre : réunion, question, énonciation d'idées affichées, puis évalués et hiérarchisées



Les méthodes

Le concassage

- Son principe : se focaliser sur une idée pour l'étudier sous des angles insolites (agrandir, associer, ...)
- Sa mise en œuvre : libre



Les méthodes

La synectique

- Son principe : trouver des idées en ayant recours à l'insolite, à l'irrationnel.
- Sa mise en œuvre : association d'idées, analogie, métaphore



Les méthodes

Le RME (remue-méninges électronique)

- Son principe : génération d'idée anonymement via l'informatique
- Sa mise en œuvre : « idem » brainstorming.



Les méthodes

Le PMI (plus ou moins intéressant)

- Son principe : prendre conscience des avantages (les plus) et des désavantages (les moins) d'une question ou d'une proposition
- Ex : « on devrait abolir toute forme d'évaluation ou d'examen pour l'ensemble des cours du baccalauréat en administration » (cf. C. Carrier)



Les méthodes

Le Groupe Nominal

- Son principe : faire énoncer des idées sur une pb donné
- Mise en œuvre :
 - 1 : production de concepts
 - 2 : énonciation des concepts
 - 3 : pondération des concepts
 - 4 : discussion et recherche de solutions



La carte mentale et la cartographie cognitive

Voir le jeu de diapositives correspondant dans le chapitre 6.



La protection de l'idée

- Tout est-il protégeable ?
- Faut-il protéger ?
- - l'INPI (<http://www.inpi.fr>)
- - l'APP (<http://app.legalis.net>)
- - la Société des Gens de Lettres (<http://sdgl.org>)
- Quelques recommandations
- En savoir plus sur la protection (cf. cellule valo.des universités)
- Le brevet (diapos à venir – ppt spécifique en construction)

Ecrire l'idée en 100 mots





Bibliographie pour aller plus loin

- Carrier C. (1997). *De la créativité à l'intrapreneuriat*, Presses de l'Université du Québec
- Carrier Camille, Cossette Pierre, Verstraete Thierry, " Experimental implementation of a new creative method to support futurology by small business in a strategic management perspective ", *Journal of Enterprising Culture*, 8(2), June 2000
- Bourbon M. (1986). *Méthodologie – Ensemble de méthodes à l'usage des responsables opérationnels*, Chotard et associé éditeurs
- Michalko M. (1991). *Thinkertoys*, Ten Speed Press, Berkeley, California- l'APP (<http://app.legalis.net>)
- Osborn A. (1959). *L'imagination constructive*, Dunod
- Lecœuvre L. ; Verstraete T. (1998). « Créativité et PME : exemple de déploiement d'une méthode combinant groupe nominal et cartographie cognitive », IVe CIFPME, (Congrès International Francophone sur la PME), Metz, 1998
- Ford, C.M., Gioia, D.A. (1995). *Creative action in organizations*, Sage PublicationsLe brevet
- Amabile, T.M. (1988). « A model of creativity and innovation in organization » , dans Staw, B.M.; Cummings, L.L. (dir). *Research in organizational behavior*, Greenwich, JAI Press Inc
- Amabile, T.M. (1998). « How to kill creativity », *Harvard Business Review*, September-October
- Brazeal, D.V.; Herbert, T.T. (1999). « The genesis of entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3)

Les références relatives à la cartographie cognitive sont reprises dans le jeu de diapositives P2 – C6 – S2