

Chapitre

1

À l'intention de celles et ceux qui aspirent à réinventer

« Au fond, nous désirons tous
créer quelque chose de nouveau venu de nulle part,
sans recherches et sans de longues heures de travail.

Mais un tel tour de magie n'existe pas.
Seules la ténacité et la persévérance fonctionnent –
et au final, cela ressemblera de l'extérieur
à un tour de magie. »

JAMES DYSON, INGÉNIEUR ET INVENTEUR ANGLAIS

Quand, enfant, je construisais des cabanes dans les bois, je m'amusais à mettre la cuisine à la place de l'entrée et le lit dans des pièces inattendues comme le garage. Quand j'ai écrit mes premiers poèmes à l'adolescence, j'ai rédigé des textes et des rimes comiques sur des membres de ma famille pour trancher avec les poèmes romantiques et lyriques que

je connaissais. Quand j'ai créé mon premier court-métrage à l'âge de 21 ans, j'avais très envie qu'il étonne alors j'ai essayé de déstructurer complètement le récit et je me suis inspiré des rythmes de la poésie traditionnelle. Quand j'ai conçu à l'âge de 29 ans mon premier média, qui était une newsletter sur la créativité et le bonheur dans les relations humaines, j'ai mis beaucoup d'énergie à faire en sorte qu'il soit original et qu'il capte l'attention.

Dès que je m'attelle à une activité, qu'elle soit professionnelle ou amateur, j'ai une envie irrésistible de proposer quelque chose qui sorte de l'ordinaire. Si nous prenons ensemble pour point de départ que « réinventer quelque chose » signifie « en proposer une version à la fois inattendue et pertinente », alors on peut dire que je suis souvent en quête de réinvention.

Est-ce aussi votre cas? Peut-être pas de manière aussi systématique, mais dans un domaine en particulier? Souhaitez-vous réinventer une création existante comme le roman policier, le concerto pour piano, le jeu vidéo, la pizza, la robe, l'aspirateur, la lampe de chevet ou toute autre création humaine? Désirez-vous en proposer une version inattendue et efficace à la fois?

Mais vous vous êtes sans doute rendu compte que trouver des idées qui sortent de l'ordinaire est loin d'être une tâche facile. Peut-être même vous arrive-t-il d'avoir l'impression de tourner toujours autour des mêmes idées? D'avoir des difficultés à sortir des sentiers battus de votre domaine?

Imaginez alors que vous disposiez d'une méthode pas à pas qui vous aide à générer des idées très concrètes de réinvention qui marquent les esprits. C'est ce que la Méthode

Chenille vous aidera à accomplir. Vous n'avez besoin d'aucun bagage théorique au préalable, juste d'une feuille et d'un crayon.

S'il existait une méthode facile pour générer des idées originales, ça se saurait depuis un moment, n'est-ce pas? La Méthode Chenille est certes accessible, mais elle n'est pas « facile » dans le sens où elle s'appuie sur un protocole précis en six étapes qui requiert de la rigueur et du lâcher-prise. Jusqu'au début du XX^e siècle, la capacité à avoir des idées inédites était attribuée uniquement aux génies ou aux élus de Dieu. Tant que cette croyance est restée dominante jusqu'au XX^e siècle, toute méthode de génération d'idées était perçue comme absurde. La Méthode Chenille n'est pas la première méthode de génération d'idées originales et pertinentes – j'y reviendrai, mais elle a été construite pour être plus accessible que ses aînées tout en restant performante. Son efficacité repose sur une raison bien précise que je détaille dans la première moitié de ce livre.

Certaines personnes parmi vous qui aspirent à réinventer ont peut-être une profession créative ou à caractère créatif. Romancière, scénariste, artiste peintre, architecte, couturier, boulanger, pâtissière, ingénieure, chef de produit, designer ou directrice artistique, la Méthode Chenille vous aidera à marquer l'esprit de votre public : lecteurs, spectateurs, financeurs, clients, utilisateurs, élèves, étudiants...

D'autres personnes rêvant de réinvention ont un hobby créatif comme la couture, la peinture ou l'ébénisterie sans forcément avoir l'ambition d'en faire un jour leur métier. Utiliser la Méthode Chenille vous aidera à générer des idées originales et à en retirer tout simplement le plaisir épanouissant

de réinventer sans nécessairement chercher l'approbation d'autres personnes en ce qui concerne vos créations.

Ce livre s'adresse aussi aux curieux et curieuses de l'innovation, de la créativité et de l'invention. À ceux qui désirent en décoder certains mécanismes secrets. À ceux qui se posent de nombreuses questions telles que : comment trouve-t-on des idées originales? Pourquoi est-ce si difficile? Est-ce un don inné ou une compétence qui s'acquiert? Qu'est-ce qui fait d'une réinvention une « grande réinvention » comme les romans policiers d'Agatha Christie ou comme les aspirateurs Dyson?

Vous trouverez des réponses à ces questions dans ce voyage que je vous propose. Un voyage dans le cerveau des grands réinventeurs et réinventrices qui introduira l'outil au cœur de ce livre : la Méthode Chenille.

Dans la première partie de cet ouvrage, vous découvrirez le parcours qui m'a amené à m'intéresser à la réinvention, puis quelques définitions pour partir sur des bases communes en distinguant bien la réinvention de l'invention, de la création et de l'innovation. Vous vivrez l'émotion oubliée que toute grande réinvention produit chez son public. Puis vous ferez connaissance avec le principal obstacle de celui ou celle qui aspire à réinventer, celui-là même qui nous empêche de trouver des idées originales, mais que la Méthode Chenille vous aide à éviter. Puis nous entrerons dans la tête des réinventeurs pour comprendre la manière dont ils contournent cet obstacle.

Dans la deuxième partie, vous apprendrez à maîtriser les six étapes de la Méthode Chenille avec l'exemple de la pizza comme fil rouge, puis à mettre toutes les chances de votre côté pour que votre réinvention soit adoptée par votre public.

Chapitre

7

Vue d'ensemble de la méthode

« La normalité est une route pavée :
on y marche aisément,
mais les fleurs n'y poussent pas. »

VINCENT VAN GOGH, PEINTRE HOLLANDAIS

La Méthode Chenille est un outil destiné à vous aider à générer des idées surprenantes pour réinventer un produit, un service, une production artisanale ou une œuvre artistique.

Les étapes de la Méthode Chenille sont calquées sur les deux premières phases de la pensée des réinventeurs : la *conceptualisation* et la *transformation*, que je vous ai présentées dans le chapitre précédent.

La phase de *réalisation*, la troisième et dernière phase, reste à la charge du technicien qui se trouve en chaque réinventeur. C'est par exemple la plume du scénariste, son sens

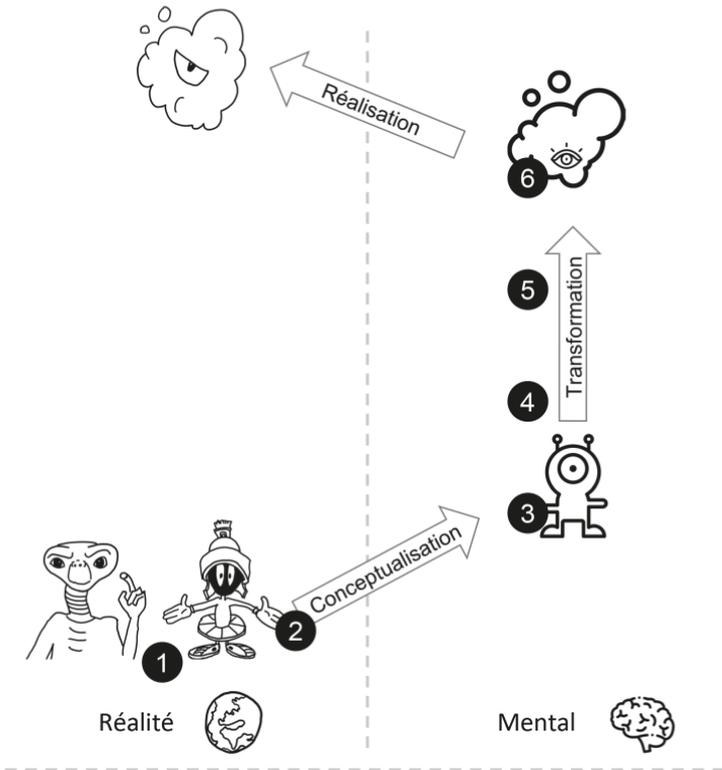
LA MÉTHODE CHENILLE

du suspens et de la narration qui donneront vie au modèle mental de l'extraterrestre gazeux dans le scénario puis dans le film.

Le point de départ de la méthode peut être une intention très vague comme « j'ai l'intention ou l'envie de réinventer la peinture », ou très précise comme « j'ai l'intention ou l'envie de réinventer le bracelet des montres pour femmes ». Le point d'atterrissage de la méthode est quelques idées de réinvention très surprenantes. Entre le point de départ et le point d'atterrissage de la Méthode Chenille, il y a six étapes.

Les premières étapes servent à réaliser la phase de *conceptualisation* du modèle mental classique. Et les trois dernières étapes permettent de mener la phase de *transformation* du modèle mental classique en un ou plusieurs modèles mentaux différents.

Chacune des six étapes contribue à contourner le biais de fixation. Les voici représentées sur le schéma des trois phases de pensée du réinventeur.



- 1 Déterminer la cible de réinvention
- 2 Explorer ce qui existe déjà
- 3 Décrire le modèle mental classique
- 4 Imaginer des alternatives
- 5 Appliquer une ou plusieurs opérations de réinvention
- 6 Choisir les idées les plus surprenantes

Il est normal que cette vue d'ensemble vous paraisse encore abstraite, mais la suite du chapitre vous guidera pas à pas pour que vous maîtrisiez sur le bout des doigts la Méthode Chenille.

Nous nous servirons de l'exemple de la pizza comme fil rouge, auquel nous appliquerons ensemble les six étapes de la Méthode Chenille.

À présent, je vous invite vivement à vous munir d'un crayon à papier ou d'un porte-mine pour faire les exercices qui se trouvent dans les pages suivantes et qui couvrent les six étapes. Ils vous guideront dans l'application de la Méthode Chenille à votre domaine. Faire vous-même les exercices au fur et à mesure que vous découvrirez les étapes de la méthode vous sera bien plus bénéfique que vous approprier la méthode en lisant uniquement les instructions.

Il vous suffit de démarrer avec une intention de réinvention qu'elle soit encore vaste tel que « j'ai envie de réinventer la musique classique » ou qu'elle soit très précise comme « j'ai envie de réinventer le pot de yaourt ». Si vous n'avez pas d'idée de domaine, choisissez une création humaine, précise si possible, que vous aimez. Par exemple, voici des créations humaines que j'aime ; il y a le ballon de basket-ball, le roman policier, le thriller, le lit, les natures mortes, la salle de cinéma, la table à manger, le pot de fleurs et les spectacles d'improvisation théâtrale.