



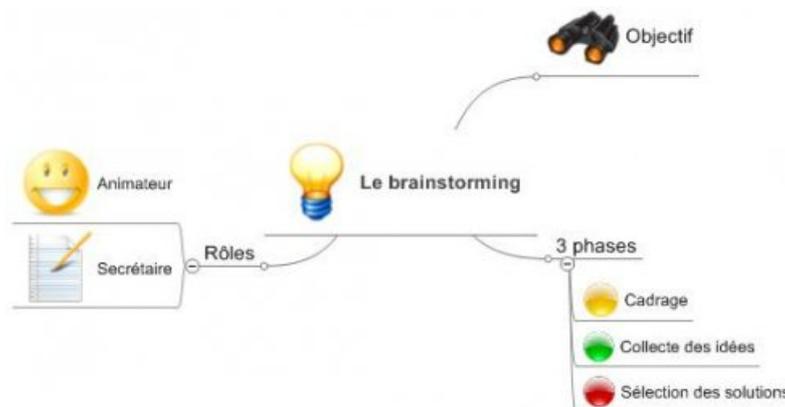
Mettre en place un brainstorming

publié le 10/05/2010 - mis à jour le 25/06/2012

Descriptif :

Une description simple du brainstorming pour accompagner son utilisation dans le cadre de l'enseignement Création et Innovation Technologiques.

Le *brainstorming* a été conçu dans les années 1940 par Alex Osborn, fondateur de l'agence de publicité américaine BBDO. Il est parti du constat que les individus passaient plus de temps à démolir les suggestions des autres qu'à proposer des solutions créatives...



Le *brainstorming* est une technique de créativité qui vise à faciliter la recherche d'idées par suppression de l'autocensure en dissociant la recherche du jugement. Assez simple à mettre en œuvre, elle est tout indiquée pour étoffer une démarche de créativité en 2nd.

Le *brainstorming* comporte 3 phases :

- la cadrage et la définition du problème ;
- la collecte des idées ;
- la sélection des solutions applicables.

Le *brainstorming* se pratique généralement en groupe, de 5 à 8 personnes, avec un animateur et un secrétaire.

1. Le cadrage

Le sujet du *brainstorming* doit être clairement défini au début. La question doit être ciblée, et compréhensible par tous les participants. Le temps alloué à chaque période est prédéterminé. Par exemple, 10 minutes pour la collecte des idées, et 20 minutes pour la période de tri/sélection.

2. La collecte des idées

La collecte repose sur trois principes :

- émettre des idées de façon spontanée,
- suspendre son jugement,
- s'inspirer des idées émises par les autres.

Aucune évaluation ou critique n'est possible durant la période de collecte. Le but de cette phase est de trouver le maximum d'idées.

Pendant la période de collecte, l'animateur peut intervenir pour relancer le processus s'il ralentit ou pour éviter que des personnes fassent des apartés. Il veille aussi à recadrer si on s'éloigne trop de la question de départ. Il s'assure de la participation de tous et du respect des règles et en particulier du temps imparti.

Le secrétaire note toutes les idées émises, pour permettre à tous de les voir : c'est lui qui constitue la mémoire du processus. Plusieurs supports sont possibles : post-it, tableau, écran ...

3. La sélection des solutions

Une fois le processus de collecte terminé, il faut classer les idées émises et sélectionner les plus pertinentes. Cette opération demande d'appliquer des critères de sélection prédéfinis, qui doivent être à la fois discriminants (pour différencier les idées) et pondérés (pour mettre en évidence les priorités).

Tempête ou prise d'assaut ?

Nous traduisons parfois *brainstorming* par "tempête de cerveau", mais il faudrait préférer "prise d'assaut par le cerveau". Pour l'initiateur de cette méthode, le publicitaire Alexander Osborn, il s'agissait en fait d'appliquer au monde de l'entreprise des règles des assauts militaires, à savoir :

- mitrailler massivement - générer le maximum d'idées ;
- éviter de tirer sur ses compagnons d'armes - ne pas critiquer les propositions des autres.

En fait, cela revient à frapper abondamment et un peu au hasard, sans esprit critique, au moins dans un premier temps.

Pour en savoir plus :

- article [Brainstorming sur wikipedia.org](#) ↗
- Grandeur et misère du *brainstorming* - Michel Eltchaninoff in [Philosophie magazine n°60](#) ↗, Juin 2012, page 35