

Introduction

Ce livre consiste en une synthèse de recherches que je mène depuis des années à propos d'une veille qualifiée de créative. Cette forme de veille n'est pas la première qui m'ait intéressé, mais plus mes recherches sur la veille avançaient, plus j'identifiais des relations diverses entre la veille et l'innovation d'abord, puis entre la veille et la créativité. Tout ceci a véritablement débuté pour moi en 2002 avec mon engagement dans une thèse en entreprise ciblant l'amélioration du processus de veille dans un contexte d'intelligence économique territoriale. Comme tous les doctorants qui s'intéressent à la veille ou à l'intelligence économique, il m'a fallu commencer ce travail par la réalisation d'un état de l'art des diverses veilles informationnelles pratiquées. Très rapidement, j'ai relevé les formes de veilles informationnelles les plus classiques qui prennent le nom de veille technologique, concurrentielle, stratégique, marché ou législative. Toutefois, en pratiquant et en observant les pratiques de veille dans leur cadre professionnel, j'ai constaté que de nombreuses demandes de recherche d'informations relevaient de besoins d'identification de solutions nouvelles. Petit à petit, c'est vers cette relation entre la recherche d'informations et l'identification de solutions nouvelles que mon travail de chercheur s'est tourné avec le plus d'intensité.

D'année en année, j'ai exploré les relations existant entre les fonctions d'intelligence économique et les besoins et fonctions d'innovation, puis entre les conceptions et démarches d'intelligence économique et de gestion des connaissances. Cela m'a amené à cibler mes recherches au niveau des frontières séparant la veille de la création de connaissances, pour enfin lier les activités de recherches d'informations et de créativité dans le cadre d'un même objet de recherches. C'est ainsi que j'ai opté en 2007 pour l'expression « veille créative » afin de donner un nom à une veille qui a pour objectif de contribuer directement aux processus d'innovation, d'inventivité et de création. Bien entendu, je me suis vite rendu compte que j'étais loin d'être le premier à employer cette expression pour associer veille et création. J'ai donc affiné mes lectures et recherches pour mieux distinguer les contours de cette veille telle que ces praticiens et théoriciens

l'ont pensée ou sous-entendue. Désormais, je considère la veille créative comme une démarche qui fait le lien entre celles d'intelligence économique et d'innovation. Comme les autres veilles, elle sollicite pour ce faire diverses fonctions d'acquisition, de traitement, de mise en forme et de partage d'informations, mais aussi deux fonctions, associées plutôt à la gestion des connaissances et l'innovation, qui sont la création de connaissances et l'identification d'espaces d'inventivité.

Je me suis donné, dans le cadre de ce livre, l'objectif de vous faire découvrir la veille créative à travers différentes méthodes que j'ai testées ou développées. C'est pourquoi j'ai choisi de favoriser les questions relevant de la compréhension de problème, de la collecte et de la mise en forme d'informations à des fins de veille créative. La veille créative traitée dans cet ouvrage est considérée, avant tout, comme une veille permettant de découvrir des nouveautés en cours de développement, d'identifier des pistes de création inexploitées, de développer des stratégies originales, d'anticiper des stratégies d'innovation et de créer de nouvelles connaissances. Toutes les méthodes présentées sont à considérer comme des méthodes de veille avancée. Je suppose donc que le lecteur est déjà familiarisé, au moins, avec le concept de veille, le questionnement d'une problématique de recherche d'informations, l'interrogation de moteurs de recherche, l'utilisation des réseaux sociaux ou la création d'alertes. Si tel n'est pas votre cas, je vous conseille de lire des ouvrages comme ceux de G. Balmisse [BAL 14], P.-Y. Debliquy [D 14], J. Deiss [DE 15], C. Dupin [DU 14], D. Rouach [ROU 10], etc. Je tiens à préciser que je n'aborderai pas les pratiques de veilles systématiques et automatiques. Je me contenterai au mieux, pour certaines d'entre elles, de les citer et d'en donner les grands principes afin d'aborder une méthode ou un moyen pour en améliorer la pertinence à partir d'une approche dite « *push* » fondée sur l'automatisation d'un processus de veille numérique.

Comme je l'ai déjà dit, je ne suis pas à l'origine de l'expression « veille créative ». Il semble, en fait, qu'elle était en attente de reconnaissance depuis au moins le début des années 1990. Je ne me souviens plus exactement quand je l'ai découverte et je ne peux pas vous dire si j'ai fini par l'employer à partir d'une lecture ou d'un échange avec un spécialiste de la veille ou bien, si l'idée m'est venue naturellement en réfléchissant à une terminologie afin d'exprimer l'idée d'une veille directement orientée vers l'innovation. Vous pouvez d'ailleurs vous essayer à cette recherche terminologique. Vous vous rendrez ainsi compte que, lorsque l'on cherche une expression qui débute par veille et qui exprime un lien fort avec l'innovation ou la création, l'expression veille créative apparaît facilement et qu'ensuite, il est très difficile de l'oublier. Toutefois, d'autres expressions apparaissent aussi telles que : « veille des innovations » et « veille des nouveautés ». Depuis l'année 2012, ces deux dernières expressions sont de plus en plus employées dans les offres d'emploi demandant la prise en compte d'une fonction de cet ordre. Toutefois, étonnamment, l'augmentation

de la fréquence de leur emploi se fait au détriment de l'article « des » pour former les expressions comme « veille innovation » et « veille nouveautés ». Dans mon interprétation de la veille créative, cette dernière inclut l'une et l'autre de ces deux veilles comme d'ailleurs la « veille des créations » ou « veille création », la « veille des tendances créatives », la « veille design », la « veille stylistique » et la « veille artistique » lorsque cette dernière est liée à des activités de création artistique ou d'organisation de manifestations artistiques. La veille créative, en tant qu'expression générique pour qualifier une veille centrée sur les activités de créations et d'innovation, peut encore se décliner par combinaison avec d'autres veilles pour former des expressions comme « veille créative et technologique » / « veille technologique et créative », « veille créative et stratégique » / « veille stratégique et créative », « veille créative et concurrentielle » / « veille concurrentielle et créative » ou « veille territoriale et créative » que j'aborderai à la fin de cet ouvrage. Ces combinaisons de veilles signalent simplement que les veilles qui en résultent sont définies et mises en œuvre en fonction de certaines spécificités des deux veilles initiales qui se conjuguent pour la former.

Maintenant que je vous ai donné un aperçu de ce à quoi pouvait correspondre une veille créative, je pense qu'il est, désormais, temps d'entrer un peu plus dans les détails de la veille créative. Pour ce faire, je vais m'appuyer sur un schéma que je nomme « cadre de réflexion stratégique » (figure I.1) que j'applique à toute veille et plus particulièrement à la veille créative. Ce cadre peut aussi aider à préparer une démarche de résolution de problème que cela soit dans un contexte d'innovation ou non. Il est constitué de 5 rectangles qui rassemblent des éléments en forte interaction et relevant de la résolution d'un problème à partir de son expression (demande de résolution) ou de son identification en tant que telle (la demande de résolution est alors implicite). Je vous propose de vous servir de ce cadre comme d'une trame pour résoudre un problème dont vous êtes en charge. Peu importe l'ordre dans lequel vous allez aborder les champs qui composent ce cadre, l'important est de tenter de les renseigner avant de vous lancer tête baissée dans la résolution d'un problème complexe. Ce cadre résume de nombreux points, éléments à propos desquels il est bon de s'interroger lorsque l'on mène une démarche de veille. Il me sert aussi de trame rédactionnelle pour l'organisation des chapitres de ce livre. Je traiterai en premier lieu de la demande (exprimée ou non) en termes de fourniture informationnelle qu'elle sous-entend et des problèmes d'interprétation qu'elle peut soulever. S'il y a demandeur, il faudra tenter de le satisfaire en lui fournissant la meilleure information, en fonction de son besoin, de ses attentes, préférences et disponibilités. Ensuite, seulement, vous pourrez vous concentrer sur le problème informationnel à résoudre en employant, par exemple, des méthodes de questionnements bien connues comme QQOCP (aussi appelée 5W & 1H) et *Why Why Why* (chapitre 5). Comme vous allez le constater, quelques méthodes et outils présentés dans cet ouvrage relèvent des trucs et astuces, tandis que d'autres sont plus élaborés,

certains peuvent être utilisés par un individu seul et d'autres nécessitent la mobilisation d'un groupe de travail. Il peut être bon de rappeler que la veille ne relève pas de la seule responsabilité du veilleur ou du décideur stratégique, elle est aussi l'affaire de tous les membres de l'organisation.



Figure I.1. Cadre de réflexion stratégique

Le veilleur correspond à un expert en identification, acquisition, traitement, analyse et diffusion d'informations importantes et souvent stratégiques pour l'organisation. Malgré cela, il lui est impossible de tout savoir, en travaillant seul, à propos d'un problème ou d'un produit particulier. De plus, dans un cadre de veille créative, le lien entre l'information et les décisions stratégiques est très ténu. Si vous recherchez des pistes d'innovation, par exemple, une fois certaines opportunités identifiées et discutées, une décision peut être rapidement prise pour avoir ensuite un impact fort sur l'avenir de l'organisation. Cet impact potentiel, et la rapidité de décision associée, selon le profil du ou des décideurs, devra donc être aussi pris en compte dans la forme que prendra la fourniture d'informations de veille créative.

Si vous gardez à l'esprit cet aspect décisionnel potentiellement très fort, les techniques et outils de veille que je vous propose doivent vous permettre de bien identifier les besoins à combler, les objectifs visés ainsi que l'utilité des informations ou autres solutions qui sont à fournir à l'issue du travail de résolution de problème. Ces éléments doivent entrer en résonance avec le résultat idéal final que le demandeur imagine possible et celui dont vous vous sentez capable *a priori*. Pour ce faire, vous devez d'imaginer ce que vous pouvez réaliser, ce qui se fait, en fonction d'un certain nombre de ressources à votre disposition. Ce livre a d'ailleurs pour but de vous donner un éventail de techniques, de solutions et de clés pour résoudre, notamment, des problèmes de recherche d'information, de réflexion stratégique et d'animation de groupe de créativité. Comme vous le verrez, l'essentiel de ce livre présente divers moyens pour mettre en forme de l'information afin d'identifier, de réfléchir et de communiquer à propos de changements dans un environnement sectoriel, de menaces ou de risques pouvant y être liés, de nouvelles opportunités et autres pistes d'innovation. Vous constaterez aussi que de nombreuses techniques sont issues d'une conception de processus de résolution de problèmes faisant appel au jeu. Je considère qu'il s'agit là d'une source d'inspiration, pour concevoir des méthodes ou techniques encore négligées et qui permet d'aborder autrement la résolution de nombreux problèmes.

Maintenant, comme je l'ai annoncé ci-dessus, avant de développer tous ces points, je vais déjà présenter, de manière classique, les notions les plus importantes traitées dans le contexte de cet ouvrage. Je vais, de la sorte, commencer par un historique de la veille créative que j'associerai, d'abord, à quelques-unes de ses pratiques.

