

François Baratin

« Je crée, donc j'existe », aurait pu dire le philosophe. Et le créateur existe non seulement socialement mais aussi à ses propres yeux, ce qui explique ce désir fort de création que l'on constate, pour ainsi dire inné, chez la plupart des hommes. Être créatif, ce n'est pas seulement être imaginaire. Il n'est même pas nécessaire d'avoir des idées : il suffit d'être ouvert aux idées des autres. De même que l'innovation ne se réduit pas à l'invention, la création suppose une réalisation concrète, qui peut être un texte, une image mais aussi une machine, un bâtiment, une entreprise, la mise en place d'une procédure ou l'ouverture d'un marché. La mise au monde et la formation des enfants restent pour beaucoup la plus belle des créations. Et de même qu'une femme « enfante dans la douleur », toute création suppose la maîtrise des contraintes, le franchissement d'obstacles, une mobilisation d'énergie, la plupart du temps des souffrances et dans tous les cas, des risques : en un mot, c'est une lutte.

Une société dynamique a besoin de créateurs. Comment favoriser la part de créativité de chaque individu ? Comment favoriser l'émergence de créations, autant que possible socialement utiles ? Cela suppose toujours une formation exigeante, mais avec des cours non plus considérés comme des matières à apprendre passivement mais comme des outils à mobiliser au bon moment pour les besoins d'une création. Cela suppose également un entraînement à évaluer correctement les moyens nécessaires à une ambition créatrice : combien d'entreprises ont échoué par une mauvaise évaluation des moyens nécessaires ! Cela suppose enfin une capacité à transformer son désir de création en force de conviction pour réunir les compétences nécessaires au sein d'une équipe autour d'un « acte d'entreprendre ». Certains organismes savent générer des créateurs. Ils sont souvent dirigés par des personnalités fortes qui savent, comme on dit, créer un climat favorable. Mais c'est quoi, un climat ? Y-a-t-il moyen d'étendre ce « climat » au-delà des zones d'influence de ces personnalités exceptionnelles, par exemple à l'échelon d'un pays ? Ce numéro de Réalités Industrielles décrit une série d'expériences, de réalisations susceptibles de donner aux lecteurs des pistes de réponses à ces questions. Mais même pour des observateurs attentifs à ces phénomènes, il semble qu'il n'y ait pas deux cas pareils, ce qui signifie précisément qu'il n'y a pas de recettes simples. Cher lecteur, on cherche un créateur dans ce domaine : à vous de jouer !