

GUY AZNAR, ANNE BLÉAS,
GIANNI CLOCCHIATTI

999

IDEE

per trovare

IDEE

DA SOLI, IN DUE O IN GRUPPO

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Trend

Le guide in un mondo che cambia

In testi agili, di noti esperti, le conoscenze indispensabili nella società di domani.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

GUY AZNAR, ANNE BLÉAS,
GIANNI CLOCCHIATTI

99
IDEE
per trovare
IDEE
DA SOLI, IN DUE O IN GRUPPO

FrancoAngeli

Titolo originale: *99 idées pour trouver des idées tout seul, à deux ou à plusieurs*

© 2018, Groupe Eyrolles, Paris, France

Traduzione e curatela dell'edizione italiana: Gianni Clocchiatti

Progetto grafico della copertina: Elena Pellegrini

1ª edizione. Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Prefazione all'edizione italiana, di Gianni Clocchiatti pag. 9

Introduzione, di Guy Aznar » 11

Come leggere ed utilizzare questo libro, di Anne Bléas » 15

PARTE 1 I 7 CONSIGLI

Consiglio 1 Io cerco delle idee per... » 21

Consiglio 2 Fate ginnastica con le idee » 22

Consiglio 3 E se...? » 23

Consiglio 4 Mollate la presa... » 24

Consiglio 5 Veloce e abbondante » 25

Consiglio 6 Lentamente e poco... » 26

Consiglio 7 Non cercate delle idee finite! » 27

PARTE 2 LE 99 IDEE

1 PER COMINCIARE » 31

Idea 1 Il soggetto in sette domande » 33

Idea 2 Chiedete perché? perché? » 35

Idea 3 Saccheggiate Internet » 37

Idea 4 Per chi cercate? » 39

Idea 5 Fate una mappa mentale » 41

Idea 6 Fate uno schema » 43

Idea 7 Il ritratto cinese » 45

Idea 8 Prendete il problema al contrario » 47

Idea 9 Il trucco di Moreno » 49

Idea 10 Fate una capanna » 51

Idea 11 Costruite una parete di indizi » 53

Idea 12 Annotate subito le vostre intuizioni » 55

2 INVITARE UN CONSIGLIERE » 57

Idea 13 Fate venire un consulente » 59

Idea 14 Ragionate da professionista » 61

Idea 15	Scegliete il vostro mentore	pag.	63
Idea 16	Invitate un personaggio di un romanzo o di una serie TV	»	65
Idea 17	Siate dei marziani		
3	ISPIRATEVI CON LE IMMAGINI	»	69
Idea 18	Pensate con le immagini	»	71
Idea 19	Utilizzate delle immagini astratte	»	73
Idea 20	Attraversate la porta	»	75
Idea 21	Osservate le macchie sui muri	»	77
Idea 22	Fate delle macchie d'inchiostro	»	79
Idea 23	Seguite la matita	»	81
Idea 24	Mettete del colore sulle vostre idee	»	83
Idea 25	Fate dei collage	»	85
Idea 26	Fate uno Story board	»	87
Idea 27	Utilizzate la fotografia	»	89
Idea 28	Giocate ai tarocchi	»	91
4	GUARDATE ALTROVE	»	93
Idea 29	Andate a fare un giro	»	95
Idea 30	I punti cardinali	»	97
Idea 31	I quattro elementi	»	99
Idea 32	I giorni della settimana	»	101
Idea 33	Giocate con il colore	»	103
Idea 34	Gli animali creativi	»	105
Idea 35	Fate un labirinto	»	107
5	CON I VOSTRI 5 SENSI	»	109
Idea 36	Lasciatevi trasportare dalla musica	»	111
Idea 37	Mettete la mano nel sacchetto	»	113
Idea 38	Ascoltate i rumori	»	115
Idea 39	Comprate delle caramelle	»	117
Idea 40	Ascoltate il profumo	»	119
Idea 41	Le sensazioni sulla punta delle dita	»	121
Idea 42	Impastate la vostra idea	»	123
6	SOGNATE UN PO'	»	125
Idea 43	Approfittate della notte	»	127
Idea 44	Inventate delle storie	»	129
Idea 45	Viaggiate con i vostri sogni	»	131
Idea 46	Fate un sogno guidato ad occhi aperti	»	133
Idea 47	Diventate il problema!	»	135
Idea 48	Cercate nella nebbia	»	137
Idea 49	Organizzate le feste dei sogni	»	139
Idea 50	Partite nel futuro	»	141

7	CERCATE CON TUTTI I SENSI	»	143
Idea 51	Utilizzate le otto intelligenze	»	145
Idea 52	Rompete le parole	»	147
Idea 53	Un anno, un'ora, un minuto!	»	149
Idea 54	Sviluppate il vostro spirito critico	»	151
Idea 55	Dite "è come..."	»	153
Idea 56	Cercate nella natura	»	155
Idea 57	La bacchetta magica	»	157
Idea 58	Ispiratevi alla storia	»	159
Idea 59	Fate l'analisi del valore	»	161
Idea 60	Visitate la città e il pianeta	»	163
Idea 61	La testa, il cuore, il corpo	»	165
Idea 62	Fate un brainstorming da soli	»	167
Idea 63	Un'idea "à la coque"	»	169
8	FATE DEGLI INCROCI	»	171
Idea 64	Fate una matrice	»	173
Idea 65	Fate dei puzzle	»	175
Idea 66	A caso!	»	177
Idea 67	Affrontate i vostri marchi	»	179
Idea 68	Incrociate con uno strumento deformante	»	181
Idea 69	Fate dei mucchi di idee	»	183
Idea 70	Mettetevi in agguato	»	185
Idea 71	Fate il bilanciare!	»	187
Idea 72	Fate un albero ad idee	»	189
Idea 73	Andate a cercare degli oggetti	»	191
9	SE SIETE IN TANTI	»	193
Idea 74	Installate una scatola delle idee	»	195
Idea 75	Cercate delle idee in due	»	197
Idea 76	Chiedete ai vostri bambini e a quelli della vicina	»	199
Idea 77	Animate una serata tra amici	»	201
Idea 78	Portate un passeggero immaginario	»	203
Idea 79	Parlate del vostro problema a tutti!	»	205
Idea 80	Fate uno sketch	»	207
Idea 81	Fate dei gesti	»	209
Idea 82	In rete con Skype	»	211
10	ADOPTATE UN METODO	»	213
Idea 83	Ispiratevi al Creative Problem Solving	»	215
Idea 84	Ispiratevi al Synectics	»	217
Idea 85	Ispiratevi al Design Thinking	»	219
Idea 86	Ispiratevi a Walt Disney	»	221

Idea 87	Ispiratevi ai giapponesi	pag.	223
Idea 88	Ispiratevi alla ricetta dei quattro quarti	»	225
Idea 89	Ispiratevi ai 6 cappelli di Edward De Bono	»	227
11	RITORNATE AL SOGGETTO!	»	229
Idea 90	Utilizzate i 4 colori	»	231
Idea 91	Scendete la scala della realtà	»	233
Idea 92	Preparate un albero delle soluzioni	»	235
Idea 93	Tre tappe con tre disegni	»	237
Idea 94	Fate l'avvocato dell'angelo	»	239
12	NULLA È PERDUTO!	»	241
Idea 95	Le idee impossibili	»	243
Idea 96	Riciclate le vostre idee!	»	245
Idea 97	Fate come il cucù	»	247
Idea 98	Andate a cercare nel cestino!	»	249
Idea 99	Siate modesti!	»	250
Hanno raccomandato un'idea			» 251
PARTE 3	PICCOLO CORSO ACCELERATO DI CREATIVITÀ		
	di Guy Aznar		
1.	La definizione di creatività	»	255
2.	L'arte delle connessioni	»	261
3.	La realizzazione del processo creativo: lo stile, il clima, le posture	»	266
4.	Il processo creativo: un processo in tre tempi	»	273
5.	Dall'idea all'innovazione: riflessioni sui metodi globali e sulle strategie di innovazione	»	288
PARTE 4	APPENDICE		
I luoghi d'incontro della formazione alla creatività			» 293
Immagini			» 296
Bibliografia			» 301

Prefazione all'edizione italiana

di Gianni Clocchiatti

Quando Guy mi propose di tradurre il suo libro, che di lì a poco sarebbe uscito in Francia, rimasi a dir poco sorpreso. Il progetto era di farlo tradurre in più lingue così da diffonderlo in tutto il mondo. E per l'Italia pensò a me. Che rispondere alla richiesta del maestro che aveva rappresentato il mio incontro con il mondo della creatività? In quel luglio del 2006 a Parigi si svolgeva il *Créa Colloque*, un evento sulla creatività organizzato da Créa Université all'Università Paris V. Centinaia di persone accalcavano il grande anfiteatro quando comparve uno strano personaggio con un ancora più strano abbigliamento che iniziò a parlare, a gesticolare, a farci muovere attraverso la sala, a chiederci di interagire con il nostro vicino senza parole, solo con i gesti... Fu in quel modo che conobbi Guy Aznar.

Un momento importante del mio viaggio nel meraviglioso mondo della creatività. Seguirono numerosi altri incontri, seminari, convegni prima come partecipante poi sempre più con ruoli di leader, sia a Parigi che in Italia, a Sestri Levante, dove da pochi anni si tenevano gli incontri internazionali di *Créa Conference*. La creatività si trasformò così da passione in professione e con la creazione di Etecrea sviluppai un nuovo approccio alla creatività, il Creative Solution Finding¹, frutto anche di quelle esperienze francesi. Seguirono poi articoli, libri, workshop, facilitazioni di gruppi creativi, l'insegnamento universitario, le consulenze nei processi di innovazione aziendali. Ed ora questo libro, che è stato per me un piacere tradurre e portare in Italia.

La creatività si nutre di semplicità tuttavia non è stato semplice individuare le parole appropriate per far passare il senso, il valore, la novità di alcuni concetti, di certi passaggi di "sfumato", come ama dire Aznar. Come spiegare senza ovvietà "*l'éloignement*" dalla realtà, "*le détour*" del pensiero e il "*croisement*" che conducono verso "*l'émergence*" dell'idea all'interno del processo creativo? "Allontanamento", "deviazione", "incrocio", "emergenza", sono parole semplici che tuttavia rischiano di rimanere scialbe, vocaboli quasi stradali, rispetto al significato originale. Che fare dunque? Interpretarle? Inventarne di nuove? La scelta è stata quella di tradurle tal quali, spiegandone qui il senso.

La metafora del viaggio non è accidentale. Il "percorso" creativo in qualche modo gli assomiglia. C'è una partenza (il problema, la sfida), un arrivo (la soluzione), un tragitto più o meno sinuoso, impervio, insolito. Il nostro pensiero e le tecniche creative sono i mezzi con cui intraprendiamo il viaggio, gli ostacoli e gli inconvenienti che incontriamo sono le abitudini che ci rallentano ed i giudizi

1. www.eticrea.it.

che ci bloccano. Ma a differenza di un "percorso sulla terra" qui è necessario un "percorso verso il cielo".

Infatti per trovare nuove idee è indispensabile "allontanarsi" dalla realtà, dai suoi vincoli concreti e volare alto, facendo delle "deviazioni" dal consueto tracciato per cercare "nell'incrocio" tra reale ed immaginario quei germogli di idea, quelle scintille che porteranno poi alla soluzione una volta "ritornati a terra". Per dirla con Aznar, *per trovare delle idee, occorre seguire due tappe. Una dove si sospende il giudizio e ci si allontana dalla realtà, che chiamiamo "divergenza"; l'altra dove si ritorna nella realtà, dove si introducono i giudizi, i vincoli, che chiamiamo "convergenza"²... Le idee "emergono" nel preciso momento in cui queste due "logiche" si intrecciano. Ed ecco la novità: la creatività non è un processo in due tempi, ma in tre, prosegue Aznar, l'emergenza dell'idea è la tappa chiave della creazione, situata tra la divergenza e la convergenza... "Emergenza", "insight", quale che sia il nome, ecco l'atto di nascita dell'idea, il momento della creazione, che ci sforziamo qui di percorrere al rallentatore con uno scopo pedagogico.*

Questo è anche il senso profondo del testo.

Far sentire al lettore, e fornirgli gli strumenti per farlo, l'esperienza "dell'emergenza" che tutti prima o poi abbiamo vissuto, quando al mattino ci svegliamo e nel dormiveglia "emerge" quella soluzione che non si riusciva a trovare, quando impegnati a fare tutt'altro "emerge" improvvisamente un'idea stimolata dall'associazione con un'immagine, un suono, un odore, quando discutendo con qualcuno da una sua frase, un commento, "emerge" quel collegamento che cercavamo da tempo. Tutti conosciamo queste esperienze, ma non siamo in grado di replicarle quando ci servono, accadono e basta, senza sapere perché.

Ebbene, le tecniche e gli strumenti contenuti in questo libro consentiranno a chiunque di vivere e di replicare il momento "dell'emergenza", quello in cui nascono le idee, in cui si trovano le soluzioni. E si potrà farlo anche da soli, questa è l'altra importante novità. Di solito le tecniche creative danno il meglio di sé quando si lavora in gruppo, ma non sempre abbiamo un gruppo a disposizione e nella vita quotidiana incontriamo dei problemi professionali e personali che richiedono in fretta una risposta creativa: cerchiamo un'idea, ma si è soli! Questo libro vuole rispondere a tale bisogno. Tra le 99 tecniche illustrate ci saranno sicuramente quelle che andranno bene per quella situazione quando si è soli, per quel progetto, per quella sfida che finora non si sapeva come affrontare.

Una sola cosa è richiesta al lettore che nessun libro potrà mai fornire: la curiosità di scoprire e la voglia di provare. Quelle spettano a voi.

Buona creatività!

Milano, ottobre 2018

2. La definizione è stata introdotta da J.P. Guilford nel 1950 e sta alla base del pensiero creativo. Egli distinse il pensiero divergente da quello convergente: il primo "diverge" dalla realtà per trovare delle idee, il secondo "converge" riportando le idee nella realtà trasformandole in soluzioni concrete.

Introduzione

di Guy Aznar

Delle tecniche per produrre idee: che idea bizzarra!

Le idee sono bolle di forma effimera che sfiorano la mente e che un bel giorno spuntano non si sa da dove, nel momento in cui meno ce lo si aspetta. O che nascono improvvisamente al termine di una lunga ricerca dalla quale usciamo esausti, svuotati, urlando alla fine "Sì! ecco un'idea!". Come dopo un lungo parto quando si esclama: "È una femmina" oppure "è un maschio"!

Ma, tecniche per produrre idee... Che strana idea!

In effetti per lungo tempo si è pensato che la creazione fosse un dono del cielo e che gli artisti, gli inventori e i creatori di tutti i generi facessero parte di una categoria di profeti che decodifica i misteri dell'aldilà. Una categoria sociale un po' a parte, i cui membri a volte venivano trattati come emarginati, a volte venivano bruciati, altre volte invitati alla corte dei principi, come i buffoni e gli indovini.

Bisogna attendere la fine del XIX secolo perché ci si accorga che la tendenza a creare del nuovo, la propensione a proporre cose nuove, che non si chiamava ancora creatività, era una capacità relativamente semplice, distribuita statisticamente fra tutte le persone su una bella curva a forma di campana, quelli che si trovavano alla sua sommità potevano essere considerati come "dei geni", gli altri, all'altra estremità della curva, erano considerati semplicemente "un po' meno creativi". E ancora, tra quest'ultimi si distingueva, quelli "un po' meno creativi" con le parole, ma "piuttosto creativi" con il disegno o con la musica, ecc.

Ma la vera grande rivoluzione si è prodotta a metà del XX secolo quando alcuni americani ispirati e un po' folli proclamarono e dimostrarono l'esistenza di un nuovo campo che chiamarono "creativity" e che poteva essere sviluppato e insegnato tanto facilmente quanto la grammatica o l'aritmetica. Scopirono che esistono delle tecniche per sviluppare la creatività! In seguito, la creatività si è rivelata come un campo molto ricco di innovazioni, di ricerche, di sperimentazioni prese a prestito da tutti i settori, dalla psicologia all'espressione corporea, dalle tecniche proiettive ai giochi di società, dalle neuroscienze al design, dall'arte drammatica alla psicologia della Gestalt..., tutti ambiti che hanno nutrito la creatività e di cui questo libro vuole essere il riflesso. Abbiamo preso parte a questo "maestrale creativo" in Francia, dalla società Synapse¹ fino alla

1. Synapse, prima società di creatività creata in Francia nel 1966 da Guy Aznar, Christian Aznar e Pierre Bessis.

creazione di Créa France², poi a quella di Créa Université³, poi a quella di Créa Conference⁴ moltiplicando le conferenze, i seminari, i colloqui, le pubblicazioni con centinaia di appassionati. L'Europa non è rimasta ferma, in particolare il Belgio, terra di creatività esemplare. Ma anche l'Italia, il Regno Unito, la Germania, la Spagna, ecc.

Un territorio "open source"

Le idee appartengono a tutti... e tutte le idee citate in questo libro costituiscono "un bene comune": utilizzatele, rubatele, trasformatele! Approfittatene! Servitevene! Aggiungete le vostre!

La fortuna della creatività è di essersi affermata sin dall'inizio come un territorio "aperto" dove l'obiettivo era facilitare la produzione di idee. Non c'era posto per un'idea o per una tecnica che fosse una "proprietà privata". Ci mancherebbe! Le "invenzioni" sono protette da brevetti, le "opere" diventano normalmente oggetto di una "proprietà letteraria".

Ma le idee e le tecniche di ricerca delle idee? Esse rubano e vengono rubate! Sono il risultato di uno scambio, di discussioni, di improvvisazioni tra sognatori e intuitivi, praticanti della creatività, debuttanti e professionisti collaudati, formatori e allievi, autori di libri e conferenzieri, razionali, utopisti, sognatori, manager. La regola di base, stabilita da Alex Osborn è: "prendete, utilizzate e migliorate le idee degli altri"⁵. Sydney J. Parnes⁶ ha lanciato il movimento sin dall'inizio decretando che la creatività è un territorio *open source*: "prendete le idee e trasformatele". Da allora, i seminari di creatività, i colloqui tra professionisti della creatività sono dei luoghi dove si scambiano soluzioni, trucchi, idee, tecniche in un generale spirito di collaborazione: la creatività è un lavoro di rete "collaborativo", come si direbbe oggi. Le "tecniche" di produzione d'idee, questi strumenti di facilitazione mentale, sono descritte in numerosi libri⁷ sotto una forma o un'altra, riassunte e sviluppate con definizioni spesso differenti, alle quali ciascuno può attingere a volontà.

Peraltro, molto spesso si pensa di avere "inventato" una tecnica e un giorno ci si accorge che altri, ben prima di noi, ne stanno utilizzando una simile.

Mi ricordo di una che mi sembrava veramente "personale" nella misura in cui mi era apparsa in un sogno durante il quale animavo un gruppo di creatività. I

2. Créa France, vedi: I luoghi d'incontro della formazione alla creatività.

3. Créa Université, vedi: I luoghi d'incontro della formazione alla creatività.

4. Créa Conference, vedi: I luoghi d'incontro della formazione alla creatività.

5. Alex Osborn (inventore del brainstorming, 1940), *L'imagination constructive*, Dunod, 1959.

6. Sidney J. Parnes fondatore del Creative Education Foundation di Buffalo USA.

7. Vedere bibliografia in fondo al libro.

partecipanti lanciavano delle idee che si trasformavano in sfere di colore, giocavano con le idee colorare. Al risveglio ebbi l'idea di farne una tecnica di creatività⁸. I partecipanti giocheranno con immaginarie palle di colore tuffandosi con dei disegni nel simbolico dei colori del prisma, poi cercheranno delle "idee rosse", delle "idee arancioni", delle "idee gialle", ecc. Ogni idea colorata sarà così potenziata dal simbolismo del colore. Ho utilizzato questa tecnica in un seminario che ha avuto un indubbio successo. E poi un giorno... ho trovato in un libro una descrizione della "mia idea" quasi identica, fatta da un autore americano, senza che vi fosse stata alcuna comunicazione tra di noi. Chiamava la "sua idea" "colour bath"⁹. Bravo lui, bravo anch'io: abbiamo condiviso senza saperlo.

Non mancano esempi di idee, invenzioni tecniche, scoperte scientifiche, nate simultaneamente in ambienti differenti, da persone diverse, senza alcuna comunicazione, senza che si sappia come. Quando un problema è maturo, la soluzione cade da sé come una mela (del resto anche quella di Newton, se si cerca bene...).

Perché le idee appartengono a tutti. Occorre passarsele, raccontarsele, accoppiarle perché facciano dei piccoli, modificarle, arrangiarle, decorarle, ridurle, aumentarle... A proposito, quando avrete la prossima idea? Scrivetemi, vi darò spazio.

Nel corso degli anni, nel corso di seminari, di sessioni formative, durante le nostre ricerche, abbiamo raccolto, individuato decine di tecniche, di trucchi, di ricette, di modi di fare, di metodi. Le presentiamo oggi senza pretese, per permettervi di essere ancora più creativi. Esperti, animatori, professori, ricercatori, appassionati di creatività, hanno risvegliato per voi la loro memoria, "svuotato i cassetti", per farvi partecipi della loro esperienza, con tutta semplicità.

Da soli o in gruppo?

Ci siamo concentrati in questo libro sulle tecniche individuali di ricerca di idee.

Questo non vuol dire, beninteso, che sottostimiamo le tecniche di creatività di gruppo. Abbiamo passato tutta la nostra carriera nell'animazione dei gruppi e vi abbiamo attinto la più parte delle tecniche che presentiamo qui. Il gruppo di creatività (che di solito è formato e allenato) costituisce uno strumento incomparabile, unico, eccezionale, è un brodo di coltura magico dove spuntano infinite idee.

Ma non passiamo tutta la nostra vita in un gruppo... Anzi. Succede che in

8. Idea 33.

9. Michael Michalko, *Thinkertoys*, Ten Speed Press, 1991.

molte circostanze della vita quotidiana si incontrino dei problemi professionali e personali, che chiedono una risposta creativa: "si cerca un'idea", in fretta, e a volte si è soli!

È per rispondere a queste domande, espresse mille volte, che abbiamo pensato a questo libro. Non rimpiazza i libri che propongono percorsi di gruppo¹⁰, li completa. Soli o in gruppo, cercate sempre delle idee.

Cercatele continuamente, durante la giornata. Cercate delle idee la mattina, la sera, la notte (soprattutto durante le insonnie propizie), in viaggio, nei momenti di attesa (negli aeroporti, nelle stazioni, dove non avete nulla da fare), lungo le strade, vedendo scorrere i chilometri, imprigionati dai limiti di velocità, in treno, cullati dalle onde del viaggio osservando scorrere paesaggi che si somigliano e nuvole che sembrano immobili.

Cercate delle idee senza uno scopo, per il solo piacere di farlo, per questa leggera eccitazione del cervello. È un genere di meditazione attiva, un gioco di società solitario, da cui uscite sempre vincitori, un gioco di indovinelli dove ritroverete i vostri giochi d'infanzia. Cercate delle idee per essere vivi, continuamente, perché l'immaginazione è vita.

10. Guy Aznar, *Idées, 100 techniques de créativité pour les produire et les gérer*, Eyrolles, 2005.

Come leggere ed utilizzare questo libro

di Anne Bléas

Il libro è organizzato in tre parti:

Parte 1

Per iniziare troverete i 7 “consigli di base” che vi diamo per intraprendere la vostra ricerca di idee. Sono dei consigli fondamentali sulla “postura creativa”, che potete applicare nella vita di tutti i giorni. Potranno servirvi in numerosi ambiti e alleneranno la vostra “attitudine creativa!”.

Se avete fretta, passate direttamente alla seconda parte del libro, ma poi ritornateci, vedrete, vi saranno utili!

Parte 2

Avete qui tra le mani un “super inventario” di 99 tecniche per cercare delle idee. Classificate in grandi famiglie per aiutarvi a selezionare quelle che meglio vi “parlano”, quelle che vi permetteranno di esprimere la vostra natura creativa, quelle che avete voglia di interpretare, e quelle che scoprirete! Provate le differenti tecniche senza preconcetti e soprattutto divertitevi! Troverete la tecnica spiegata e alcuni consigli per realizzarla, alcune informazioni e citazioni per ispirarvi. In alcuni casi, troverete anche degli esercizi di allenamento o di riscaldamento, come per gli sportivi e i musicisti. Non tralasciateli! Perché se il cervello non è un muscolo, praticare degli esercizi di agilità mentale contribuisce ad aumentare il numero delle connessioni nel cervello!

Parte 3

È la parte teorica di questo libro. Vi troverete un “piccolo corso accelerato di creatività” che vi darà l’essenziale di ciò che bisogna sapere sul processo creativo. Vi permetterà di comprendere i principi teorici che sottintendono a queste 99 idee, selezionate e adattate per poter essere utilizzate facilmente quando si è soli.

E, per andare oltre, aggiungiamo alcune informazioni sul “pianeta creatività”: referenze bibliografiche, luoghi ed eventi creativi importanti, formazioni alla creatività che vi consigliamo vivamente di andare ad esplorare! Per organizzare la vostra ricerca di idee vi suggeriamo di costruire un vostro personale “cocktail di idee”. In effetti, non c’è un solo modo per trovare delle idee, ce ne sono molti. Costruite dunque una vostra biblioteca di tecniche. Potete farlo secondo diversi criteri.

Secondo il vostro “temperamento creativo”

Non sempre tutto è utile a tutti. Alcune persone sono più sensibili alla musica, altre sono più visive, altre più ispirate dalle parole. Ecco perché abbiamo raccolto delle tecniche con degli stili a volte molto diversi e a volte molto simili. Se la tecnica può sembrare la stessa, è l’angolo di attacco che è diverso e ciò che voi ne farete farà la differenza.

Secondo il tempo di cui disponete

Se per la vostra ricerca disponete di un mese potete adottare un metodo (idee da 83 a 89) o ancora trascorrere del tempo sulla formulazione del problema (idee da 1 a 12) e poi cercare delle soluzioni con un largo ventaglio di tecniche attingendo in tutte le famiglie. Se, per contro, disponete soltanto di un pomeriggio, organizzatevi un programma “espresso”. Potete ad esempio utilizzare le seguenti tecniche:

1. Il soggetto in 7 domande
3. Saccheggiate Internet
62. Fate un brainstorming da soli
63. Un’idea “à la coque”
64. Fate una matrice
68. Incrociate con uno strumento deformante
69. Fate dei mucchi d’idee
88. Ispiratevi alla ricetta dei quattro quarti
91. Scendete la scala della realtà
94. Fate l’avvocato dell’angelo
98. Andate a cercare nel cestino!

Secondo il tipo di ricerca che effettuate

A seconda che si tratti di una ricerca su un prodotto tecnologico, su un marchio, un brand, un'innovazione di rottura o se si tratta di trovare in grande quantità delle nuove idee su un soggetto, un prodotto o un servizio esistente, vi servirà un cocktail adeguato alla vostra ricerca.

Per esempio per una ricerca di prodotto tecnologico vi consigliamo di seguire il metodo CPS (idea 83) o quello Synectcis (idea 84).

Per una ricerca di rottura con l'esistente adottate dei metodi proiettivi (famiglia 3; "ispiratevi con le immagini", e famiglia 6, "sognate un po'").

Per una ricerca di nomi per una marca usate le tecniche dell'idea 67.

Con il passare del tempo avrete così un vostro metodo personale, adeguato alla vostra natura creativa. Ma soprattutto – non dimenticatelo, è importante – divertitevi!

Buona lettura.

PARTE 1

I 7 consigli