

di Maria Spezia
m.spezia@millionaire.it

trova un'idea

geniale

(e trasformala in un business)



C'è chi come Scott Jones, l'inventore della segreteria telefonica, ha mille nuove idee in un mese. E chi, come Dario Scotti, è riuscito a creare mille prodotti da un'idea sola: il riso. Ecco come la creatività ti cambia la vita (e il conto in banca). Strategie per svilupparla e storie istruttive. Perché creativi non si nasce, si diventa

Si chiama Scott Jones e probabilmente nessuno di voi conoscerà questo nome. Eppure tutti abbiamo usato almeno una volta la sua invenzione. Ha realizzato la segreteria telefonica e a 31 anni aveva già guadagnato 50 milioni di dollari. Una bella cifra, che gli ha permesso di dedicarsi alla sua passione principale: le nuove idee. Secondo la rivista americana *Fortune* ha più idee lui in un mese che un individuo in una vita. Eccentrico, miliardario, Scott Jones non ha mai smesso di dare spazio ai suoi momenti creativi che, a suo dire, gli arrivano spesso mentre viaggia in aereo e di cui annota il contenuto reggendo il foglio sopra una valigetta portatile. **Anche nel suo studio di casa non c'è scrivania: dal pavimento al soffitto, tutto è una lavagna scrivibile, su cui prendere appunti.** Il perché di tutte queste stranezze è presto detto: secondo Jones queste strategie lo aiutano a mantenersi creativo. E così, a scadenze regolari, lui si impone bizzarrie come mangiare con le mani o guardare la tv da 30 centimetri di distanza: perché, spiega, vuole provare a vedere cosa succede facendo le cose in modo diverso. La strategia probabilmente funziona, perché in questi anni di "inattività" Jones ha triplicato il suo patrimonio. E ora punta a diventare ancora più ricco con ChaCha (www.chacha.com), motore di ricerca che si avvale del lavoro umano. Ma allora la creatività aiuta il business? Sì, rispondono gli ►►

Nella foto Scott Jones, inventore della segreteria telefonica.



8.000
le invenzioni presentate all'ufficio brevetti italiano

2.927
le richieste italiane di brevetto internazionale

+7,8%
la crescita delle invenzioni italiane rispetto al 2006



«Giocare con fogli di carta o comporre forme con materiali morbidi aiuta a trovare soluzioni inaspettate, sviluppando così la capacità associativa»

►► lana... Un altro esercizio consiste invece nella modellazione, cioè nel giocare a comporre delle forme in materiali morbidi, come un fazzoletto oppure dei fogli di carta: dalle forme imprecise che si ottengono con la manipolazione è possibile individuare forme più o meno familiari a cui assegnare un ipotetico utilizzo. Il tutto può sembrare privo di senso, ma in questo modo si sviluppa la capacità associativa: cioè quella che fece intuire a un ingegnere francese, alla ricerca di un'applicazione pratica per il teflon, che una padella in cui la cottura non faceva attaccare il cibo avrebbe potuto avere successo. **«La maggior parte delle volte, quando si inventa qualcosa non si sa ancora a cosa potrebbe servire: tutte le grandi invenzioni nascono come una sorta di giocattolo, a cui si trova un'applicazione pratica solo in un secondo momento»** precisa Mercurio. Un altro utile esercizio per sviluppare la creatività consiste nel modificare le proprie abitudini: per esempio cambiando il polso su cui si indossa l'orologio, l'itinerario seguito per

andare in ufficio, o il lato del letto in cui si dorme... In modo analogo è possibile sforzarsi di fare cose che non piacciono: vedere film d'avventura quando si preferiscono le pellicole sentimentali o viceversa, mangiare cibo considerato poco gustoso, chiacchierare con persone che hanno poco in comune con noi... Secondo Susanne Justesen, consulente che sta progettando un laboratorio creativo per la società Innoversity (www.innoversity.com), è proprio il conflitto tra idee divergenti a sviluppare soluzioni inaspettate. Anche i sistemi per mantenere la mente pronta a innovare sono tanti: oltre a quelli già detti si potrebbe suggerire la pratica di diversi hobby, la passione per indovinelli e rebus di ogni genere, la composizione di un'opera letteraria o artistica a scadenze regolari... Tutti metodi validi sia a livello individuale sia di team di lavoro.

Cambia mentalità

Ma come portare la creatività in azienda, affinché diventi il volano dell'attività? Risponde Scotti: «Noi abbiamo ►►

«Ho copiato youTube e ho fatto una tv»

Avete presente youTube? C'è chi ha copiato l'idea e l'ha portata in tv. L'imprenditore americano Joel Hyatt ha inventato Current, un canale televisivo a pagamento che trasmette filmati realizzati dagli spettatori: il materiale è scelto tra i clip più cliccati sul sito, che li pubblica gratis per poi acquistarli – con tariffe variabili tra 135 e 680 euro – in caso di diffusione via etere. Inaugurata nel 2005 e già presente negli Stati Uniti, Inghilterra e Irlanda, Current è ai nastri di partenza anche in Italia sulle parabole di Sky e si presenta come alternativa alle reti tradizionali. Dai clip di concerti alla cronaca di quartiere che provengono da tutto il mondo, Current propone servizi giornalistici montati con i vari clip e quindi diversi da quelli delle altre emittenti, realizzati da professionisti di settore. L'iniziativa, che dà al pubblico l'opportunità di guadagnare e farsi conoscere e permette all'emittente sia di comprendere gli interessi degli utenti sia di informare secondo il punto di vista della "gente comune", è stata studiata per un pubblico compreso tra 25 e 35 anni ma spopola già tra gli over 18. Tra i filmati che più sembrano interessare gli spettatori ci sono quelli delle pubblicità "fatte in casa", con cui i registi in erba hanno le chance più concrete di farsi notare anche dalle aziende. E Current prevede già di pubblicare on line corsi gratuiti di tecniche televisive.

INFO: <http://current.com>



Metti una pianta nel purificatore

Guarda la natura e prendi spunto. Così deve aver fatto l'inventore di Bel Air, purificatore d'aria che, anziché depurare l'ambiente con un filtrante, usa le proprietà disinfettanti delle piante: in una miniserra portatile è contenuto un particolare tipo di pianta in grado di trattenere microparticelle tossiche. Progettato dal designer francese Mathieu Lehanneur e dall'ingegnere David Edwards, Bel Air è ispirato agli studi compiuti dalla Nasa negli anni '80 sulla purificazione degli ambienti nelle navicelle spaziali. «La nostra sfida? Lavorare con parametri non visibili, come i cambiamenti di temperatura e le differenti intensità della luce» spiega Lehanneur. «Dopo aver letto le ricerche della Nasa, ci siamo resi conto che era possibile migliorare i risultati raggiunti con gli esperimenti spaziali e abbiamo fatto tanti tentativi per riuscire a convogliare l'aria vicino alle piante. In principio il nostro obiettivo era solo creativo: non sapevo nulla né di piante né di medicina, ma è stato divertente poter sfruttare delle informazioni per scoprire qualcosa di utile per la vita quotidiana». Bel Air è esposto fino al 12 maggio al museo MoMA di New York (www.moma.org), in occasione della mostra *Design and the elastic mind* che presenta oggetti di nuovo design come la sveglia di carta che smette di suonare se viene accartocciata. INFO: www.mathieulehanneur.com

