

CARTOLINE

Di che parlano i giornali di tutto il mondo: **Aziende**

Brand eins
Germania
Agosto 2006

Aziende**Corsi di creatività**

Di solito il gioco è considerato un'attività destinata ai bambini, e può essere praticato dagli adulti solo in determinate circostanze. "Spesso, infatti, si dice che con la realtà non si scherza", scrive Brand Eins. Ma è anche vero che a volte il gioco può essere una cosa molto seria. La creatività, per esempio, può essere vista come un gioco volto al raggiungimento di uno scopo preciso.

E in un mercato come quello attuale, in cui le aziende puntano sull'innovazione per battere la concorrenza, la creatività ha assunto un ruolo determinante, osserva il mensile. Al punto che si moltiplicano i seminari e i corsi che promettono di aumentare le capacità creative di dipendenti e manager aziendali. Jiri Scherer, per esempio, organizza corsi di creatività per una grande azienda chimica svizzera. Ai partecipanti viene sottoposto un problema: trovare un nuovo impiego per un composto chimico il cui fatturato stagna da lungo tempo. Sotto la guida di Scherer i dipendenti dell'azienda sviluppano centinaia di idee.

Forse solo un paio delle proposte saranno prese in considerazione dai vertici aziendali, ma l'obiettivo di Scherer è che, una volta tornati al lavoro, i suoi allievi continuino a cercare soluzioni originali ai problemi e trovino un dirigente che abbia il coraggio di puntare su idee innovative.