

# Indice

<b>Introduzione. Perché non possiamo fare a meno della creatività</b>	<b>1</b>
Che cos'è e che cosa non è la creatività	2
Che cosa può essere creativo in azienda	4
Guida alla lettura creativa del libro	6
<b>1 La creatività è puro genio inventivo?</b>	<b>7</b>
1.1 Perché la creatività non ha un'unica forma	8
1.2 Come includere diverse forme di creatività	14
<b>2 La creatività è propria solo di chi è giovane?</b>	<b>21</b>
2.1 Perché la creatività non solo è giovane	23
2.2 Come promuovere la creatività in tutte le fasce d'età	28
<b>3 La creatività è solo dei singoli individui o è un processo sociale?</b>	<b>33</b>
3.1 Perché la creatività non è solo del singolo	34
3.2 Come sfruttare il valore delle relazioni per essere più creativi	41
<b>4 Per essere creativo un team deve essere il più eterogeneo possibile?</b>	<b>47</b>
4.1 Perché la diversità non è sempre un valore	48
4.2 Come gestire un team mediamente diverso	53
<b>5 Squadra che vince si cambia?</b>	<b>59</b>
5.1 Perché squadra che vince si cambia almeno in parte	61
5.2 Come far funzionare un team fluido	67

<b>6</b>	<b>Il brainstorming è la strategia ideale per generare nuove idee?</b>	<b>71</b>
6.1	Perché il brainstorming non funziona	72
6.2	Scatenare la tempesta (di cervelli) perfetta	74
<b>7</b>	<b>Per essere creativi bisogna sempre pensare <i>out of the box</i>?</b>	<b>83</b>
7.1	Perché essere liberi da vincoli non sempre è un bene	86
7.2	Come pensare <i>inside the box</i>	90
<b>8</b>	<b>La creatività è uguale per tutti?</b>	<b>95</b>
8.1	Perché la creatività non è uguale per tutti	96
8.2	Come accettare che la creatività possa assumere sfumature diverse	102
<b>9</b>	<b>La creatività è una caratteristica esclusivamente umana?</b>	<b>107</b>
9.1	Perché anche le macchine sono creative	109
9.2	Come ottimizzare il gioco di squadra tra uomo e macchina	112
<b>10</b>	<b>Tutte le aziende vogliono essere creative?</b>	<b>115</b>
10.1	Perché le aziende fanno poco per incentivare la creatività	117
10.2	Come promuovere la creatività in azienda agendo in modo sistemico sull'organizzazione	121
	<b>Conclusioni</b>	<b>131</b>
	Che cosa abbiamo imparato sulla creatività	131
	Che cosa c'è ancora da scoprire sulla creatività	132