

Un brevetto per difendersi

Per le grandi imprese è un business da proteggere con lunghe battaglie legali, per le Pmi l'opportunità di capitalizzare la capacità di innovazione. In tempi di crisi cresce il peso delle invenzioni utili

di Elisabetta Colombo

Per il successo la creatività non basta

Si chiama Triz ed è l'acronimo di Theory for inventive problem solving. Ovvero un metodo, ideato dall'ingegnere russo Genrich Altshuller, che applica un approccio scientifico al processo inventivo. Adottato tra le altre da aziende come Siemens, Hyundai Motor, General Electric, Samsung,

Procter & Gamble, Mitsubishi, Boeing, Bmw, Triz ha suscitato interesse anche in Italia, dove si comincia a capire che l'intuizione creativa non basta se non c'è un processo di progettazione e industrializzazione rapido ed efficace.

Il metodo analizza la tecnologia

invece del processo cognitivo, sfatando il mito che le idee nuove nascono per genio o casualità. «L'innovazione è un processo sistematico, che segue leggi precise, che segue parametri tecnologici oggettivi e, quindi, prevedibile e governabile», dice **Mariacristina Galgano** (a

destra), Ad del Gruppo Galgano che diffonde il metodo in Italia. «Solo un processo sistematico aiuta a essere più creativi dei concorrenti con un metodo che filtra le idee, identifica le opportunità più utili e facilita la



sinergia tra i principi inventivi e le tendenze evolutive dei sistemi ingegneristici. Miliardi di dollari vengono spesi ogni anno per l'innovazione ma solo un'idea su mille si trasforma in successo commerciale. Triz si avvale di una matrice metodologica, costruita analizzando migliaia di

casi tecnici, che indica come, dopo l'analisi di un certo numero di casi, il problema sia stato risolto attraverso un numero di modalità diverse». Con Triz non si sminuisce la creatività, bensì si rende più efficace il modo con cui l'idea creativa può essere realizzata». ■