

LA STORIA DELLA NAPOLETANA BLUESQUARE, CHE PROGETTA BOTTONI INNOVATIVI, E DELL'AZIENDA PUSH CHE L'HA ADOTTATA. INSIEME PORTERANNO SUL MERCATO IL BOTTONE 2.0.

Tecnologia da indossare



Nel parliamo con i protagonisti, Carlo Casillo, Ad di Push e Monica Gemelli, Ceo della Bluesquare.

Carlo Casillo, è vero che più che di un incontro si può parlare di uno scontro iniziale?

In effetti il primo impatto è stato piuttosto turbolento.

Il progetto di Monica aveva bisogno di alcune sostanziali correzioni di rotta.

Prima di tutto ho sollecitato la produzione di prototipi, la cui mancanza rappresentava un limite importante. Al contempo, l'ho invitata a rendere il loro sogno più realizzabile, offrendo un prodotto appetibile a livello internazionale e in grado di intercettare una fascia di pubblico decisamente più ampia.

Infatti, pur valutando la loro idea estremamente interessante, il target iniziale era rivolto a una nicchia troppo ristretta, ai limiti del sogno, poco applicabile alle lotte imposte dal mercato.

Qual è il valore aggiunto che state offrendo alla startup?

Sicuramente una forte concretezza, ma anche una visione commerciale più ampia e un'esperienza nel campo dell'imprenditoria, in un settore difficile e di grande volatilità come l'abbigliamento.

In particolare, l'esperienza nel mondo della moda mi ha dato la capacità e le competenze per offrire consigli preziosi nel campo del packaging. E il bello è che ogni giorno si presentano nuove occasioni per trasmettere ciò che ho appreso in questi anni.

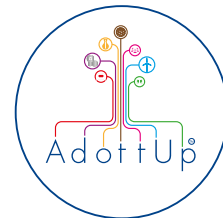
Push, impresa affermata nel campo della moda, incontra Bluesquare, startup innovativa e della Vetrina delle migliori idee di AdottUp e di Start N'Up, focalizzata sulla produzione di bottoni. Un incontro determinante che conferma tutto il potenziale del progetto: unire le competenze di chi già opera sul mercato con chi vi si affaccia con soluzioni innovative e tanta passione per il futuro.

È la storia di Bluesquare napoletana, che progetta innovazione nel campo dei bottoni, e che oggi – grazie all'adozione – punta al "wearable" e al bottone 2.0 e della Push Srl, azienda affermata di Nola specializzata in abbigliamento da donna di alto livello con il marchio Hanita e vocata all'innovazione e al miglioramento

continuo. Grazie a questa sua propensione e agli incontri conoscitivi promossi da Confindustria Napoli ha scoperto il potenziale della startup entrandovi nel capitale sociale e fornendo un ruolo consulenziale costante e fondamentale che ha portato a finalizzare al meglio il prodotto collegandolo maggiormente al mercato.

La conseguenza è il marchio Maganza con cui la Bluesquare sta per portare sul mercato, via e-commerce, una polo a doppia asola con bottoni ad auto-ancoraggio.

Ma non solo: realizzati interamente in silicone o a base silconica questi **bottoni di design** permetteranno l'inserimento di materiale di pregio o di dispositivi altamente tecnologici.



Carlo Casillo e Monica Gemelli



Un aspetto su tutti?

Se proprio devo scegliere, il contributo principale che ritengo di trasferire a una realtà molto interessante e dalle prospettive decisamente positive è rappresentato dalla definizione di una strategia efficace e chiara.

Ma vorrei sottolineare che la serenità e l'apertura mentale con cui Monica recepisce i miei suggerimenti rendono l'intera esperienza non solo proficua, ma gratificante dal punto di vista umano.

E cosa state ricevendo in cambio?

Lavorare con un'impresa giovane ribadisce l'importanza della ricerca in ogni campo. Sono convinto che si tratti di un elemento fondamentale non solo per una startup ma anche per un'azienda affermata e allo stesso tempo affamata di crescita. Il risultato è un rinnovamento volto a nuove idee e nuovi mercati. Troppo spesso ci si può trovare intrappolati nella propria visione del mercato di competenza, perdendo di vista una verità fondamentale: restare fermi equivale a regredire!

L'esperienza con Bluesquare e la creazione del bottone 2.0 non è un semplice aiuto a un'azienda che muove i primi passi, ma un vero e proprio scambio di idee applicabili, spesso, in ogni campo dell'imprenditoria. Un confronto che si rivela fondamentale per sviluppare le innovazioni di cui il mercato è sempre più affamato.

Monica Gemelli, com'è venuta l'idea di sviluppare dei bottoni intelligenti?

In realtà all'inizio il progetto era più complesso. Poi, seguendo i consigli di Carlo, abbiamo deciso di concentrarci solo sui bottoni sganciabili in silicone, che hanno delle varianti di gamma molto interessanti per il settore dei bambini, e la cosa è venuta da sé: avevo i prototipi in mano e pensavo che non sarebbero andati in lavatrice. L'immaginazione, che sono abituata a usare come strumento professionale, ha cominciato a farmi vedere la fotocamera che abbiamo tutti sul cellulare. Ho pensato alla differenza tra avere una fotocamera in tasca o in borsa, e quindi non immediatamente disponibile in situazioni di emergenza, e averla indossata. Pensiamo solo all'effetto deterrente che potrebbe avere per un aggressore se le foto fossero automaticamente inviate in un cloud senza possibilità di essere cancellate...

Bottoni e wearable.... le potenzialità sono molte?

Le previsioni sul trend dei wearable devices sono elettrizzanti. Sia le startup che le aziende blasonate che lavorano in questo campo hanno sviluppato prodotti che costituiscono un'evoluzione degli accessori come bracciali, gioielli, occhiali, orologi.

Noi abbiamo percorso una via diversa, trasformando prima i bottoni in accessori sganciabili e poi pensando di inserirvi la tecnologia. Questo significa aver trovato una strada semplice per integrare i devices nei capi di abbigliamento. Ma ideare bottoni di tutti i colori e di nuove forme sarà divertente anche per le linee senza devices!

Lei è una psicologa e i suoi colleghi hanno altre specializzazioni. Quanto conta un team composto da competenze diverse?

Moltissimo. Ho avuto le idee, ma realizzarle è un altro discorso, le competenze servono. Ora con Carlo posso parlare della gram-

tura del tessuto, con Cappuccio dei problemi legati alla tutela della proprietà intellettuale, con Leonetti del business plan, con Lelj del funzionamento di un GPS o di un software. Magari tutto questo nel giro di due ore, via mail, Skype o telefono. Ci vuole una psicologa per reggere e armonizzare il tutto!

Pensando al vostro percorso, chi volete ringraziare?

Prima di tutti – mille volte – mio marito. Poi senz'altro Vincenzo Caputo, vice presidente dei Giovani di Confindustria, che ha sostenuto l'iniziativa in Start N'Up a Napoli e in AdottUp a livello nazionale.

Il primo incontro con Vincenzo è memorabile perché ricordo che parlavo delle possibilità di fare innovazione con i bottoni senza cucirli e all'istante, come fatto apposta, mi si è staccato un bottone dalla giacca ed è rotolato verso di lui. Ecco: l'avventura dell'adozione, è cominciata così.



MARTINA MONDELLI