

**STORIE DI INNOVAZIONE.** Nuovo quartier generale per la spa specializzata in sistemi per privacy e organizzazione

# Flex, nuova sede e doppia sfida «con la ricerca e la passione»

Dalla sinergia con il Cstm ecco il display dedicato alla comunicazione dinamica. E da quest'anno obiettivo anche sui pannelli retroilluminati a led

Alessandro Faliva

Cuore e comunicazione. Il motto di «Flex», azienda bresciana di sistemi per l'esposizione, la segnaletica e la comunicazione, riassume perfettamente gli ideali del suo presidente, Fausto Lucà, che nel 1990 ha fondato la società dopo una prolungata esperienza internazionale nel settore dei beni industriali durevoli.

**INSOLIDUE** decenni, la spa con sede in città ha inventato sistemi e soluzioni per migliorare l'organizzazione, la privacy, l'immagine e la comunicazione. In principio era la colonnina con il nastro estensibile, un prodotto ormai diffuso in qualsiasi spazio pubblico. «Un bisogno - spiega Lucà - nato da una esigenza di gestione della privacy davanti agli sportelli pubblici. Serviva una soluzione, ci siamo messi d'ingegno e abbiamo dato una risposta al problema». Una mentalità che, ancora oggi, spinge il gruppo (di recente ha trasferito la propria sede in via Bargnani, realizzata con un investimento importante) a punta-

re sulla qualità e l'innovazione, restando sempre «con i piedi per terra - precisa Lucà -. La nostra prerogativa è quella di seguire il mercato, cercando di anticipare i bisogni del cliente. Per fare questo, puntiamo molto sui dipendenti, formandoli a seconda delle qualità individuali di ognuno, affinché il team sia eterogeneo e ricco di abilità».

**NUMERICO** globale, la vendita assume sempre di più i connotati della ricerca. Ecco allora il riferimento a Philip Kotler (uno dei massimi guru del management) e al suo concetto di «Marketing e innovazione, tutto il resto sono costi», preso dal presidente Lucà come caposaldo nella visione di Flex. «I due fattori vanno in parallelo - spiega -, a

supporto sia del prodotto fisico, che della mentalità che spinge all'avanzata. Flex nasce così e vuole mantenere questa idea anche nell'apertura alla ricerca». In primis mantenendo fin dagli esordi il controllo diretto della produzione, affidata alla «Flex Production» di Isorella, guidata dal socio storico, Franco Daffi. Dalla colonnina allo schermo luminoso, il salto è stato grande per un'azienda di cinquanta dipendenti. Una nuova strada tracciata puntando anche sulla collaborazione con il Centro servizi multisettoriale e tecnologico (Cstm), che ha portato allo sviluppo e all'industrializzazione del «MediaFlex», il nuovo nato di casa Flex.

**UNA SINERGIA** (durata 5 mesi, con un investimento di alcune decine di migliaia di euro, soprattutto per la parte dell'ingegnerizzazione), che ha portato alla realizzazione di un display dedicato alla comunicazione dinamica. «Una volta c'era il classico poster pubblicitario - spiega Romano Miglietti del Cstm -, ora l'innovazione ha portato a questo». Creatività e tecnologia, ma anche ver-



Fausto Lucà, presidente della Flex di Brescia impegnata in più sfide

satilità, applicate in ogni attività dell'azienda. «I nostri prodotti - sottolinea il presidente Lucà - sono rivolti sia alle piccole che alle grandi serie, non precludiamo nessuna possibilità, adattandoci a seconda del budget». La strategia ha permesso di ammortizzare gli effetti della crisi, che nel del 2009 ha comportato un calo del 30% dei ricavi rispetto ai quasi 13 milioni del 2008. Anche se non mancano rimpianti. «Siamo stati disattenti - ammette Lucà -, non siamo riusciti ad agire tempestivamente. La congiuntura ha colpito anche noi, ma ci ha permesso di capire tante cose». Le prospettive per il 2010, comunque, sono orientate all'ottimismo.

**OLTRE ALLA** nuova sede, il nuovo anno per Flex significa anche il «lancio» nel mercato delle insegne esterne. Anche in questo caso innovando e il classico neon che si prepara a essere soppiantato da pannelli retroilluminati a led. Con le figlie Carlotta (32 anni) e Antonella (30 anni), che siedono nel Consiglio di amministrazione, dunque, il progresso si fonde con la tradizione, amalgamandosi in un'azienda che, a distanza di vent'anni, mantiene «l'entusiasmo, la voglia di crescere e restare sempre in movimento - conclude Lucà -: questo ci permette di mettere il cuore e la passione in tutto quello che facciamo, da sempre». **(4-continua)**

**L'azienda nasce nel '90 per iniziativa di Fausto Lucà: oggi nel Cda anche le figlie Carlotta e Antonella**