

# Flex re-inventa la vetrina dinamica

L'azienda guidata da Fausto Lucà investe in una nuova sede, crea una divisione «insegne esterne» a Led e lancia sul mercato il pannello interattivo Media Flex realizzato in collaborazione con i ricercatori del Csmat

**BRESCIA** «Solo marketing e innovazione producono risultati in azienda, tutto il resto sono costi». Testi che riuscirebbe a far storcere il naso a molti tradizionali imprenditori della nostra provincia, se a pronunciare non fosse Philip Kotler, vero «guru» del marketing e tra i maggiori esperti mondiali in strategie di management. Bioera, innovazione, marketing: sono i punti cardine sui quali è nata e cresciuta la Flex, società bresciana specializzata in sistemi e soluzioni per migliorare l'organizzazione, l'immagine e la comunicazione degli spazi pubblici. Il pensiero di Kotler alla Flex è quasi religione, e il titolare Fausto Lucà è un edotto discepolo del guru statunitense.

## Tutto ebbe inizio con le code

Il successo arrivò nel 1990 con la colonnina Tendiflex, il nastro estensibile per gestire le code negli ambienti pubblici, oggi Flex è un consulente a 360 gradi per gestire gli spazi, l'immagine e le politiche di vendita delle aziende. «Il ruolo del marketing è quello di percepire i bisogni insoddisfatti delle persone e di proporre nuove soluzioni altrettanto», spiega Lucà. «Così è stato per Tendiflex, il nostro primo grande prodotto. La nostra abilità è stata creare un bisogno: quello della privacy nelle code allo sportello. Il successo è stato grande».

Oggi il core business di Flex è rappresentato, oltre dalle mitiche colonnine, dai supporti di ogni tipo per la comunicazione degli spazi pubblici: vetrine mobili, «display unit» luminosi e non di lunghezza che varia dai 70 centimetri ai 3 metri. Il mercato è pressoché immenso: sono firmate Flex le vetrine delle filiali del gruppo Ubi Banca e di Barclays, ma anche gli ingressi di importanti musei, aeroporti internazionali, le stazioni fer-

roviarie, le agenzie viaggio, gli uffici postali: «Il nostro obiettivo è creare nuovo valore per i nostri clienti», spiega Lucà. «I nostri punti vincenti? Ascoltiamo il mercato, cerchiamo di anticipare i bisogni, siamo al servizio dei clienti, nel vero senso della parola».

## Ambasciatori dell'italianità

Ambasciatore nel mondo dello stile e della creatività italiani. Un plus importante di cui Fausto Lucà va orgoglioso. I prodotti Flex sono tutti realizzati ad Isorella, nello stabilimento della Flex Production, società partecipata al 50% dalla Flex e per il restante 50% da Franco Daffi responsabile della produzione.

Il gruppo occupa una cinquantina di dipendenti (sei le persone che si occupano dell'ufficio tecnico-creativo all'interno dell'azienda); nel 2009 l'azienda ha fatturato 12,5 milioni di euro, mentre è del 20% la quota di produzione esportata in Europa ed in Medio Oriente. «Il 2009 ha visto un calo del fatturato intorno al 30%», spiega Lucà. «Ma le prospettive per il 2010 sono molto buone. La crisi può fare bene a qualsiasi azienda: ti mette in discussione certezze, rende più elastica la struttura produttiva, spinge ad innovare».

## Nuova divisione e nuovo prodotto

Per Flex questo si è tradotto nell'apertura di una nuova divisione insegne luminose esterne in Led, che permette ai clienti di mettere in risalto il proprio brand sia di giorno sia di notte. È poi c'è il lancio di Media Flex, il sistema di comunicazione dinamica sviluppato, industrializzato ed ingegnerizzato a Eresca grazie alla collaborazione con il Csmat di Brescia. Il lavoro di sviluppo del display dinamico da parte del

Csmat è durato circa cinque mesi ed è stato curato dal team di lavoro coordinato da Francesco Braga e Giorgio Tomaselli. «Media Flex è un display Led speciale con valori di luminosità e contrasto molto elevati che permettono un'ottima resa d'immagine anche all'esterno», illustra Lucà. «Utilizza un innovativo sistema di comunicazione pubblicitaria. Un prodotto che supporta tutte le nuove tecnologie digitali e sui quali, tramite un'opzione bluetooth è possibile veicolare messaggi, testi, immagini video. Attraverso computer sarà quindi possibile amministrare i contenuti di 10, 100, mille display contemporaneamente». «L'apporto del Centro Servizi Multisettoriale e Tecnologico di Brescia è stato fondamentale per la creazione del nuovo prodotto», continua Lucà. «Per una piccola impresa come la nostra è difficile acquisire competenze tecniche ed ingegneristiche di questo tipo. Crediamo il Csmat rappresenti una risorsa importante per l'intero tessuto industriale bresciano».

## Una sede prestigiosa

Il 2010 sarà un anno decisivo per la Flex. L'azienda si è trasferita nella nuova sede di via Bargnani, immobile di quattro piani, 1.700 metri quadrati, dall'architettura e dal design ricercato. «Un investimento molto importante», ha concluso Lucà, «che rispecchia la nostra voglia di crescere, evolvere ed affrontare le nuove sfide. Un'architettura moderna in grado di rappresentare la nostra attenzione al design, la nostra cura nei dettagli e il nostro desiderio di trasparenza e qualità».

Roberto Ragazzi  
r.ragazzi@giornaledibrescia.it



## LA NUOVA SEDE

Il 2010 sarà un anno decisivo per la Flex. L'azienda di Fausto Lucà (nella foto qui sopra) si è recentemente trasferita nella nuova sede di via Bargnani, immobile di quattro piani, 1.700 metri quadrati, dall'architettura e dal design molto ricercato

