



**CROSSCALL**<sup>TM</sup>

OUTDOOR MOBILE TECHNOLOGY





# EDITORIALE



**C**rosscall è nata 10 anni fa. In questo decennio ci siamo trasferiti 3 volte, ogni volta per qualcosa di più grande e sicuramente più adeguato. Ma questi ultimi anni sono passati forse più velocemente degli altri. Abbiamo registrato una crescita esponenziale della società, con un aumento del fatturato di quasi il 2000%, che ci ha obbligato a strutturare più rapidamente l'impresa in termini di processo e di organico, anche se le infrastrutture non sempre lo consentivano. È stato necessario posare durante il viaggio stesso, i binari di un treno lanciato a gran velocità per arrivare dove ora siamo.

Questa è la società di oggi. Tutto cambia rapidamente. Ma più che il mondo in cui si vive, è il mercato della telefonia che viaggia spedito. Noi rimaniamo attivi in un mercato da una ventina d'anni in piena espansione, caratterizzato da tre player principali che si combattono una guerra spietata. Alle loro costole qualche inseguitore che spera di potersi spartire presto la stessa categoria. Per aggiudicarsi la propria fetta, ognuno sfrutta le armi a sua disposizione ma tutti hanno adottato la stessa strategia di conquista: accelerare l'immissione sul mercato di nuovi prodotti, abbreviarne il ciclo di vita, integrare sempre più rapidamente valore tecnologico nei propri smartphone e giustificare i prezzi a cui sono venduti.

In Crosscall abbiamo scelto di andare in controtendenza. Siamo convinti che alcune cose meritino tempo per giungere a maturazione. E nonostante la rapidità e la costante evoluzione del mercato, ci prendiamo il tempo per crescere. Un passo alla volta. Insieme. La nostra visione è pensata, stabilita, sul lungo termine. Sempre in ascolto dei nostri utenti, vogliamo mettere l'utilizzo al cuore del nostro sviluppo e progettare prodotti con una lunga vita utile, ad immagine di Crosscall, ad immagine dei suoi utenti. L'idea non è di pensare un "prodotto rispetto al mercato" ma piuttosto "un uso rispetto al prodotto".

**Cyril Vidal & David Eberlé**

Presidente fondatore e Vice-presidente di CROSSCALL



# CROSSCALL

## LE ORIGINI

---

Cyril Vidal è il fondatore di Crosscall. Tutto ha inizio nel 2007 all'alba dell'era degli smartphone. Dirigente nel settore edile e appassionato di sport nautici, trascorre le sue ore di lavoro e il suo tempo libero in ambienti che mettono a dura prova il suo materiale e in particolare il suo cellulare dell'epoca. Irritato dalle continue rotture, si informa presso i distributori e gli operatori esistenti. Scopre che non esiste alcun prodotto adatto alle sue necessità. Da questa mancanza di tecnologia specifica in grado di rispondere alle sue richieste, che sono anche le richieste di altri professionisti e amanti del tempo libero outdoor, si fa strada nella sua testa l'idea di creare una sua attività e prodotti propri. È così che nasce Crosscall, ufficialmente costituita nel 2009. All'epoca erano in pochi a credere nella sua idea e i possibili investitori gli hanno voltato le spalle. Come poteva quella che

allora era una micro-impresa francese svilupparsi e crescere in un mercato monopolizzato dai giganti esteri della telefonia mobile?! Nonostante lo scetticismo che lo circonda, Cyril Vidal è convinto che il suo progetto possa funzionare perché nasce dall'esperienza pratica. Rischia quindi tutto per concretizzare la sua idea progettando il primo modello di telefono cellulare. La sua convinzione e il suo entusiasmo gli permetteranno di coinvolgere un gruppetto di appassionati nella sua avventura. Un amico gli presta un primo locale rudimentale e i fondi per il lancio. Da allora, serviranno ancora 3 anni perché il piccolo team di Crosscall riesca a finanziare e a far distribuire il 1° cellulare galleggiante al mondo: "lo Shark", prodotto simbolo del DNA del marchio. La success-story che ne segue è nota a tutti.

- 8-9** **LA METÀ** DEL **PIANETA DAVANTI A** UNO SCHERMO
- 10-11** UN'ESPERIENZA **OUTDOOR SEMPRE PIÙ** INTENSA
- 12-15** L'INCARNAZIONE DEL **MARCHIO**
- 16-17** **INCONTRIAMO** I NOSTRI **UTILIZZATORI**
- 18-19** TELEFONI **CELLULARI** PROGETTATI PER LA **VITA VERA**
- 20-21** DAGLI **SPORTIVI** DELL'ESTREMO AGLI **AVVENTURIERI** DEL QUOTIDIANO
- 22-23** UN PROCESSO DI **PROGETTAZIONE UNICO**
- 24-25** ALLA PROVA **DEI TEST...**
- 26-27** ...E ALLA PROVA DEL **TEMPO**
- 30-31** LO **SMARTPHONE** CON UNA **ACTION-CAM INTEGRATA**
- 32-33** UN **DESIGN** SEMPRE PIÙ **ELABORATO**
- 34-35** UN **TELEFONO** PER USCIRE **SERENAMENTE IN MARE**
- 36-39** **ACCESSORI** PER TUTTI **GLI USI**
- 40-41** DA **START-UP** A **SCALE-UP** IN 10 ANNI
- 42-43** **CROSSCALL** SVILUPPA IL **B2B**
- 44-45** UN'**AMBIZIONE INTERNAZIONALE**
- 46-47** **CROSSCALL**, I DATI CHIAVE
- 48-49** INTERVISTA A **CYRIL VIDAL**



# LA METÀ DEL PIANETA DAVANTI A UNO SCHERMO

Oggi l'uomo si trova a un crocevia. Combattuto tra la voglia di esplorare il mondo in prima persona e il desiderio di accedere in maniera semplice e rapida al mondo intero davanti a uno schermo. Il mercato della telefonia mobile cristallizza questa tendenza. Con il passare degli anni, gli smartphone sono stati progettati per facilitare la vita agli Utilizzatori e oggi tutto è a portata di mano. È offerta loro una fonte di dati quasi inesauribile. Con i social, la metà

del pianeta è connessa e ha la possibilità di comunicare con chiunque in tutto il mondo. L'ascesa di queste piattaforme di condivisione genera la corsa alla visibilità con lo smartphone come strumento principale. Il fedele alleato tecnologico arriva persino a rappresentare il prolungamento della mano. Questo utilizzo estremo del telefono spinge l'utente a passare, complessivamente, circa 3 ore al giorno\* davanti allo schermo. Il

pericolo di questa nuova dipendenza è di finire prigionieri di un universo virtuale. Per fare in modo che, al contrario, lo smartphone non sia un fine in sé ma uno strumento che favorisca una relazione nel mondo "dal vivo", Crosscall ha sviluppato la tecnologia outdoor.

\*Fonte: <https://fr.statista.com/statistiques/574542/utilisateurs-de-smartphone-dans-le-monde--2019/>





La nostra ragione d'essere e la nostra volontà è di proporre un telefono che inciti le persone a uscire e dia loro voglia di vivere esperienze outdoor sempre più intense.



## UN'ESPERIENZA **OUTDOOR** SEMPRE PIÙ INTENSA

Con un mercato dell'outdoor in piena espansione, questo bisogno riguarda sempre più persone. In Francia, per esempio, più di 3 francesi su 4 hanno dichiarato di praticare un'attività sportiva all'aperto<sup>(1)</sup> e, tra questi, il 25% lo fa con uno smartphone<sup>(2)</sup>. Tra le discipline più praticate vengono citate la corsa, il nuoto e la bicicletta. Questo utilizzo del prodotto durante

le uscite espone l'apparecchio a un ambiente ostile e soggetto alla rottura. E non è un caso se più della metà delle persone ha già avuto uno schermo rotto<sup>(3)</sup>. È in questo ambiente che è nato Crosscall, al confine tra il mondo della tecnologia e dell'outdoor. Il marchio francese, fondato nel 2009 ha sviluppato l'outdoor mobile technology, un segmento in cui oggi è uno dei massimi leader.

In Crosscall, la volontà è di mettere la tecnologia al servizio dell'outdoor. Ogni telefono è progettato e pensato per spingere l'utilizzatore a vivere all'aperto. A uscire, a confrontarsi con il mondo che lo circonda provando ad aiutarsi con la tecnologia di uno smartphone adeguato.

1. <https://www.statista.com/statistics/937878/connected-devices-use-while-sports-france> - 2. [http://doc.sportsdenature.gouv.fr/index.php?lvl=notice\\_display&id=2615](http://doc.sportsdenature.gouv.fr/index.php?lvl=notice_display&id=2615)  
3. <https://www.digitaltrends.com/mobile/motorola-shattershield-cracked-smartphone-screen-survey/#/2>



# L'INCARNAZIONE DEL **MARCHIO**

Dalla creazione di Crosscall, il processo di progettazione di un nuovo prodotto avviene in collaborazione con gli utilizzatori. Il gioco di squadra è un valore essenziale dello sport e un valore fondamentale di Crosscall. Questo credo si ritrova in tutte le fasi di sviluppo del prodotto per evitare di proporre un telefono con funzioni innovative che però non rispondono alle richieste degli utenti. Lo scopo è di progettare un telefono mobile dotato delle funzioni che gli utenti ricercano. Ad oggi, per esempio, abbiamo condotto una quarantina di sondaggi su un panel di 1.400 persone per conoscere le reali necessità e le aspirazioni in termini di funzionalità e migliorie.

Oltre a una forte comunità di utilizzatori, Crosscall si è via via circondata di diversi ambasciatori. Sportivi di alto livello, leggende del mondo outdoor che affrontano condizioni estreme, rappresentano una fonte quasi inesauribile di feedback su tutti i prodotti della gamma. Praticando le loro discipline, ci hanno accompagnato nel corso degli anni nel nostro sviluppo, consolidando tra l'altro una relazione basata su valori comuni.



**MIKE HORN**  
*Esploratore / avventuriero*



**XAVIER DE LE RUE**  
*Snowboard freeride*



**EDOUARD DELPERO**  
*Surf*



**CÉDRIC GRACIA**  
*Enduro MTB*



**ANNE-FLORE MARXER**  
*Snowboard freeride - Surf*

# INCONTRIAMO I NOSTRI UTILIZZATORI

Per Crosscall, l'outdoor rappresenta innanzitutto un modo di vivere e di superare i propri limiti. È questo DNA che ci spinge a dare il nostro meglio, proprio come gli sportivi e gli avventurieri che abbiamo scelto per rappresentare il marchio. A questo scopo, Crosscall si è ritagliata uno spazio in questo universo, sostenendo eventi nazionali e internazionali dello sport outdoor. Questa presenza regolare nel corso degli anni ci ha permesso di conoscere sempre meglio il mondo dell'outdoor. Tutte queste manifestazioni ci offrono uno spazio privilegiato per comunicare con la nostra comunità di utenti e comprendere meglio le loro aspettative. Un feedback essenziale e prezioso che ci permette di migliorare e innovarci incessantemente in funzione degli utenti, che sono la nostra prima preoccupazione.



# TELEFONI CELLULARI PROGETTATI PER LA VITA VERA

L'ambiente esterno può essere un mondo difficile. A prescindere dalla variabilità del meteo, l'ambiente stesso può essere una minaccia per i telefoni.

In Crosscall, cellulari e smartphone sono progettati per resistere a tutti gli ambienti, anche i più ostili, affinché tutti possano godere pienamente delle proprie attività, senza doversi preoccupare del telefono. Questo diventa così non solo uno strumento in grado di seguire l'utente in tutte le sue attività ma anche uno strumento progettato per dare il massimo in questo ambiente. Abbandona l'immagine di oggetto fragile di cui prendersi cura, da proteggere da cadute impreviste o da una pioggia battente. Il telefono è adatto all'utilizzatore che accompagna nel quotidiano.



**IMPERMEABILITÀ**



**RESISTENZA**



**LUNGA AUTONOMIA**

# DAGLI SPORTIVI ESTREMI AGLI AVVENTURIERI DEL QUOTIDIANO

I telefoni Crosscall hanno storicamente avuto come utilizzatori privilegiati persone che praticano attività sportive o professionali all'aperto, alla ricerca di un telefono capace di rispondere ai loro bisogni in termini di resistenza,

tenuta e autonomia. Oggi ci rivolgiamo anche a una clientela più ampia, in cerca di un telefono differente, con una durata di vita più lunga e adatto a tutte le loro attività quotidiane senza necessità di particolari attenzioni.



## **LO SPORTIVO OUTDOOR**

Trail, MTB, sci o vela, qualunque sia la loro attività o il loro livello, gli appassionati di outdoor devono affrontare le incertezze del meteo e gli ambienti più svariati ed estremi.



## **PROFESSIONISTI AGRICOLI**

Che siano artigiani del settore edile, lavoratori industriali o agricoltori, i professionisti hanno bisogno di un telefono resistente, impermeabile, di cui non doversi preoccupare durante il lavoro.



## **GLI AMANTI DEL TEMPO LIBERO**

Dalla madre di famiglia che si destreggia tra gli impegni personali e quelli professionali, all'adolescente ultra-connesso che vuole condividere le sue prodezze con gli amici sui social, sempre più utilizzatori cercano un telefono che li segua nel quotidiano senza mostrare segni di fatica!



## **LE AZIENDE**

Fornire un telefono ad ogni dipendente rappresenta un costo importante per le aziende. Crosscall permette di limitare le spese di sostituzione grazie a un telefono progettato per avere un ciclo di vita molto più lungo di un telefono classico, senza scendere a compromessi sulle prestazioni. Il marchio propone alle imprese soluzioni su misura, adatte ad ogni settore di attività.

# UN PROCESSO DI **PROGETTAZIONE** **UNICO**

La scelta dei materiali è fondamentale per progettare un telefono resistente e impermeabile. Nel corso degli anni, gli ingegneri di Crosscall hanno studiato le migliori opzioni per trovare il perfetto compromesso tra robustezza, peso e durata.

1

La scocca del telefono è realizzata con materiali compositi, costituita di plastica rinforzata con fibra di vetro. Grazie a questa miscela, **aumenta la durata del materiale e quindi la sua resistenza agli urti e ai graffi.**

2

Grazie a una tecnica di fusione detta co-iniezione, gli angoli e le parti alte e basse del telefono sono realizzati in poliuretano termoplastico (TPU). Deformandosi al momento dell'impatto, **questo rivestimento ammortizza l'urto e limita la diffusione dell'onda d'urto del telefono.**

3

Sotto lo schermo è presente un sottile strato di schiuma polimerica per ammortizzare gli urti e **proteggere lo schermo in caso di caduta.**

4

Un alloggiamento in metallo e uno di materiali compositi rinforzano la **protezione dei circuiti elettronici.**

5

Una piastra interna in magnesio assicura la rigidità del telefono. La protezione esterna in TPU **aumenta la rigidità globale del telefono e quindi la sua resistenza alla flessione, alla torsione e alle cadute.**

6

Le barre in alluminio situate sui lati del telefono gli assicurano **una protezione aggiuntiva contro gli urti.**

7

Membrane polimeriche proteggono gli elementi audio (microfono, auricolari e altoparlanti). Questi sono **impermeabili ai liquidi e alla polvere** ma lasciano passare l'aria e quindi il suono.

8

**Un giunto polimerico garantisce la tenuta** tra il lato anteriore e posteriore del telefono.

9

Rivestimenti stagni in elastomero proteggono le connessioni e garantiscono **l'impermeabilità totale dei connettori del telefono.**



# ALLA **PROVA** DEI **TEST...**

Crosscall vuole tener fede alle sue promesse e restare quanto più vicino ai suoi utilizzatori per proporre loro uno smartphone che risponda alle loro necessità. Per esserne sicuri, sottoponiamo i nostri smartphone a test sempre più rigidi.

A tal fine, lavoriamo in stretta collaborazione con un laboratorio indipendente certificato, che testa gli smartphone contro i graffi, gli urti, le temperature estreme e le diverse condizioni meteo per dimostrare che l'intera gamma non solo è in grado di funzionare in un ambiente outdoor ma che svolge anche il suo ruolo nella vita di tutti i giorni.



# 25

## ...E ALLA PROVA **DEL TEMPO**

Il settore della telefonia è spesso sotto accusa dal punto di vista ambientale. La protezione del pianeta, delle sue risorse e dei suoi abitanti è divenuta una preoccupazione mondiale mentre invece una parte dell'industria dell'elettronica e del digitale continua a favorire una forma di obsolescenza programmata, limitando così la durata di vita dei propri prodotti, proponendo in particolare componenti fragili e promuovendo aggiornamenti che degradano rapidamente la qualità d'uso dei terminali. In Francia, per esempio, gli smartphone sono sostituiti in media ogni 22 mesi\*. Fra questi, il 59% sono prodotti che funzionano e potrebbero funzionare ancora per almeno 2 anni\*. Crosscall, ha optato invece per la sostenibilità. È

anzi uno dei punti di forza del nostro marchio. I nostri prodotti rispondono a un'economia della funzionalità. Sono innanzitutto progettati per durare e gli aggiornamenti che rilasciamo sono quelli fondamentali per rispettare le promesse d'uso iniziali alle quali ci siamo impegnati con i nostri clienti. In tal senso, Crosscall ha scelto di creare un circolo virtuoso nel quale coinvolgiamo i nostri fornitori e subappaltatori nei confronti dei quali definiamo requisiti sempre più elevati sia sul piano ambientale che sociale.

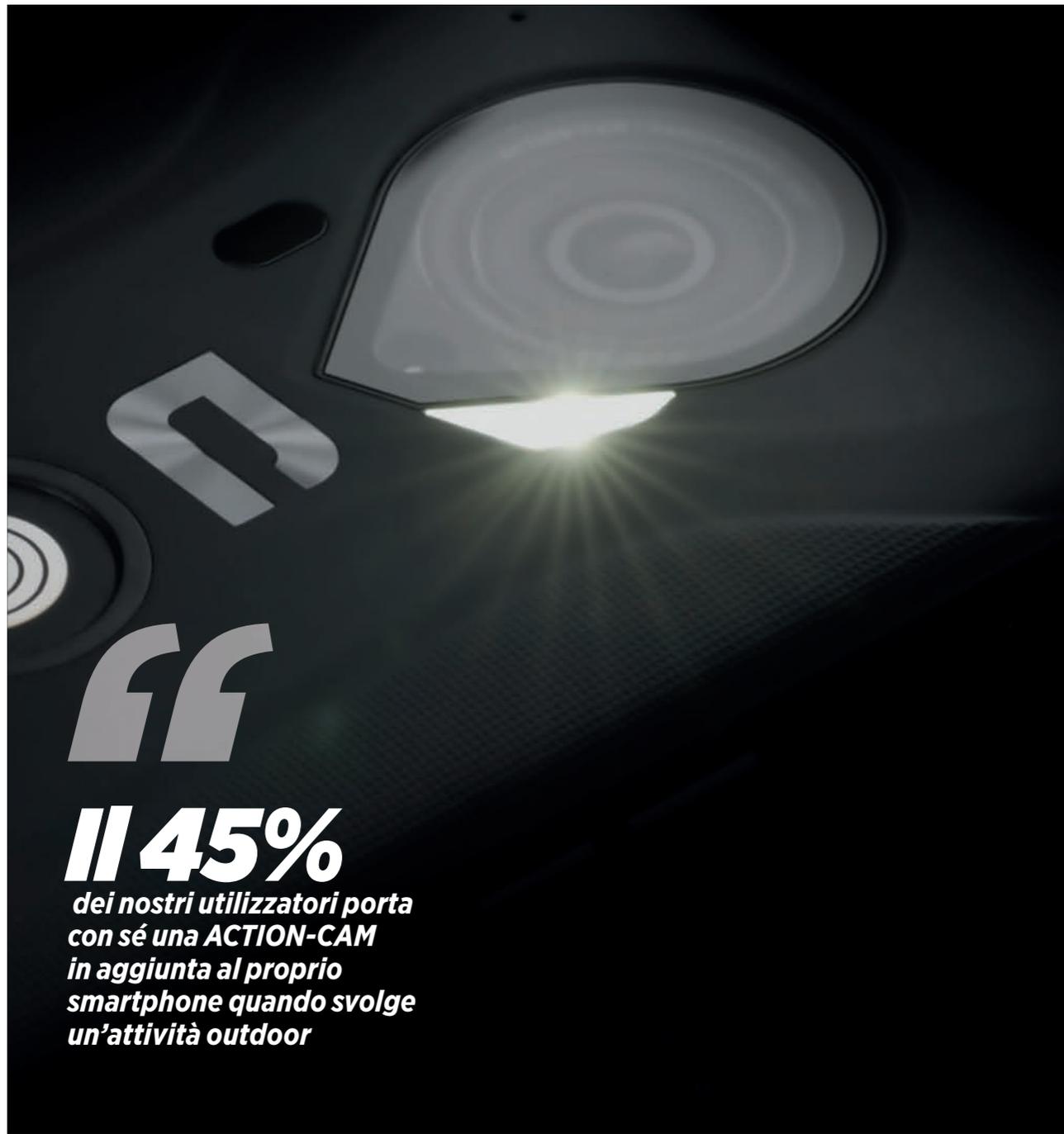
**La rottura degli schermi rappresenta il  
5% delle richieste di assistenza contro  
il 60% e più degli altri marchi.**



\*<https://fr.statista.com/infographie/8334/quelle-est-la-duree-de-vie-dun-smartphone/>

\*Sondaggio condotto da UFC Que Choisir presso 1704 persone abbonate alla sua newsletter.





ff

**Il 45%**

*dei nostri utilizzatori porta con sé una ACTION-CAM in aggiunta al proprio smartphone quando svolge un'attività outdoor*

## LO SMARTPHONE CON **ACTION-CAM INTEGRATA**

“Oggi, il 45% dei nostri utilizzatori porta con sé una ACTION-CAM in aggiunta al proprio smartphone quando svolge un'attività outdoor”.

Questo è quanto è stato rilevato nell'estate 2017 dall'ufficio Offerta e Design dopo aver condotto un sondaggio nella comunità Crosscall. Per appropriarsi di questa tendenza la scelta è presto fatta: integrare una ACTION-CAM in uno smartphone. Una prodezza tecnica e tecnologica

realizzata con l'uscita di TREKKER-X4 che integra una ACTION-CAM direttamente nel suo design.

In parallelo, Crosscall ha sviluppato una propria applicazione dedicata esclusivamente all'uso di questa videocamera: la X-CAM. Installata come funzione nativa sul telefono, permette di filmare da diverse angolazioni: 88°, 110°, 140° e 170°.

**TREKKER-X4**

# UN **DESIGN** SEMPRE PIÙ **ELABORATO**

—  
“Il 45% dei nostri utilizzatori ha dichiarato di apprezzare il design del proprio apparecchio.”

Forte di questa tendenza, Crosscall ha spinto oltre il design dei suoi telefoni partendo dal principio che durata può far rima con eleganza. I nostri ultimi smartphone sono il risultato di questa esigenza, con una resistenza ancora più elevata dei modelli precedenti. Uno stile che incarna un cambiamento di paradigma estetico e assume un'eleganza outdoor senza cedere agli effetti della moda del “sempre più fragile”.

“

**Il 45%**  
dei nostri utilizzatori ha  
dichiarato di apprezzare  
il design del proprio  
apparecchio.



**CORE-X3**

UN  
**TELEFONO**  
PER USCIRE  
**SERENAMENTE**  
IN **MARE**

—

“Il 100% dei marinai dichiara che la sicurezza è la loro priorità quando escono in mare”. Partendo da questo postulato, Crosscall ha proposto SHARK, un feature phone che ha una sua particolarità: galleggia. Diventa così il fedele alleato dei navigatori che si avventurano in mare e cercano la sicurezza.

Con una volontà costante di innovazione e per soddisfare la comunità e rendere le uscite in mare sempre più sicure, il marchio ha lanciato nel 2017 lo SHARK-X3. Oltre a galleggiare come il suo predecessore, è dotato della tecnologia Keep Alive\*. Se il telefono cade in acqua, inizia a lampeggiare, suonare e può anche inviare un messaggio d'emergenza a contatti predefiniti.

“

**Il 100%**

*dei marinai afferma che la  
sicurezza è la loro priorità  
quando escono in mare*



SHARK-X3

# ACCESSORI PROGETTATI PER TUTTI GLI USI

Per andare oltre l'esperienza outdoor, Crosscall ha progettato un intero ecosistema di accessori compatibili con tutti gli smartphone. Gli accessori migliorano l'esperienza utente e sono in linea con il posizionamento outdoor del marchio. Invitano l'utilizzatore a uscire, filmare le sue avventure e immortalare i suoi ricordi.

L'utilizzatore può passare da un accessorio all'altro in un istante. Accessori e telefono condividono infatti una tecnologia comune: l'**X-LINK\***.

Una calamita intelligente che permette di fissare gli accessori (con l'aiuto dell'**X-BLOCKER**), oltre che di ricaricare il telefono e trasferire i dati

“**La tecnologia X-LINK\* permette di fissare il telefono ai diversi accessori progettati dal marchio**”

\*Magconn Technology.



## FISSARE

Fissaggio e orientamento semplice in modalità verticale / orizzontale



## TRASFERIRE

Non c'è più bisogno di cavi!



## CARICARE

Ricarica rapida ed efficiente



# DA **START-UP** A SCALE-UP **IN 10 ANNI**

Quest'anno, la nostra azienda festeggerà i 10 anni. Tra l'inizio del 2015 e la fine del 2017 ha visto una crescita di quasi il 2000%. Uno sviluppo che l'ha vista passare nell'arco di un decennio dallo stato di start-up a quello di scale-up. Questa crescente evoluzione si manifesta a tutti i livelli. Il fatturato provvisorio dell'anno 2018/2019 ammonta ad esempio a 75 milioni di euro\* mentre nel 2009 era di soli... 1.000 euro. Oggi siamo presenti in più di 20.000 punti vendita contro i 12.000 del 2017.

Crosscall ha accompagnato il suo sviluppo strutturale con una crescita di organico. Nel 2018, abbiamo creato più di 26 posti di lavoro. Ciò rappresenta un aumento del 25% del personale in un solo anno. Ogni assunzione crea un'energia differente, un altro modo di pensare, perché ogni collaboratore svolge un proprio ruolo nello sviluppo dell'azienda, in armonia con il collettivo Crosscall. Con sede ad Aix-en-Provence, la nostra azienda ha investito anche in infrastrutture con la costruzione di una sede nuova fiammante completata a luglio 2018.

Crosscall ha investito molto nella R&S per rispondere in maniera sempre più efficace e attenta alla comunità degli utilizzatori. In quest'ottica di perfezione e di sviluppo, il nostro marchio ha aperto un ufficio a Hong-Kong in modo da controllare e garantire la qualità della fabbricazione dei suoi prodotti in Cina e di conservare un legame permanente con la sede ad Aix-en-Provence in cui sono pensati e progettati tutti i suoi prodotti.

\*Fatturato dell'esercizio 2018/2019. Esercizio chiuso al 31 marzo 2019.



“È qui ad  
Aix en Provence  
che tutti  
i telefoni  
Crosscall  
sono studiati  
e progettati.”

# CROSSCALL

## SVILUPPA IL B2B

Proponendo prodotti impermeabili, resistenti e dotati di una lunga autonomia, il marchio si è fatto spazio nel mondo del B2B. Per differenziarsi dai giganti della telefonia, Crosscall fa leva sul suo DNA e sulla sua capacità di innovazione progettando prodotti diversi, in grado di rispondere in maniera duratura alle necessità di tutte le categorie professionali e ai diversi utilizzi. Le nostre flotte sono vendute inoltre con soluzioni evolutive di gestione di tipo Mobile Device Management.

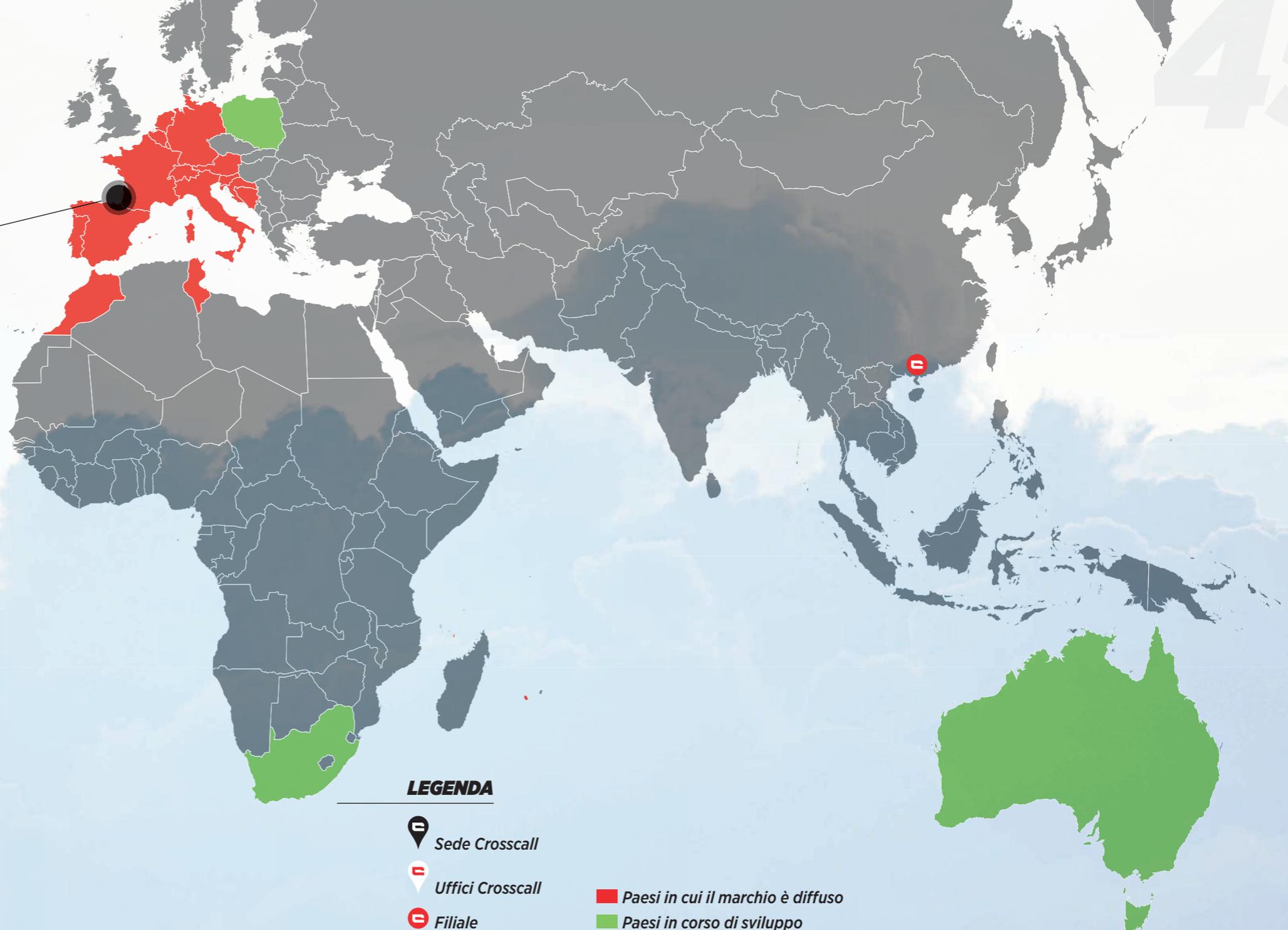
Ci rivolgiamo quindi alle imprese con un discorso di lungo termine. Scegliendo i prodotti Crosscall, le aziende evitano un rinnovamento troppo rapido e costoso di un'intera flotta di telefoni che rischiano di rompersi facilmente.

Abbiamo inoltre integrato la tecnologia X-LINK\*, una testina magnetica intelligente che pone il telefono al centro di un intero ecosistema di accessori pensati e progettati per il mondo professionale.

<b>EDILIZIA</b>			
<b>ENERGIA</b>			
<b>INDUSTRIA</b>			
<b>AMBIENTE</b>			
<b>SERVIZI</b>			
<b>PUBBLICO</b>			



“ **Il marchio registra sui suoi smartphone aziendali un tasso di ritorno medio in assistenza che non supera il 3,4%, contro una media generale del mercato nettamente superiore** ”



# UN' **AMBIZIONE INTERNAZIONALE**

La nostra società vuole inoltre rinforzare la sua presenza all'estero. Già presenti in 13 paesi europei, vogliamo sviluppare il mercato africano mettendo piede in Sud Africa e in certi paesi dell'Africa del Nord. La nostra azienda francese guarda inoltre più lontano e punta a sviluppare la sua presenza in Australia. In quest'ottica, Crosscall è riuscita a reperire fondi per 12 milioni di euro. Ciò la rende, ad oggi, la più grande azienda di telefonia a capitali 100% francesi.

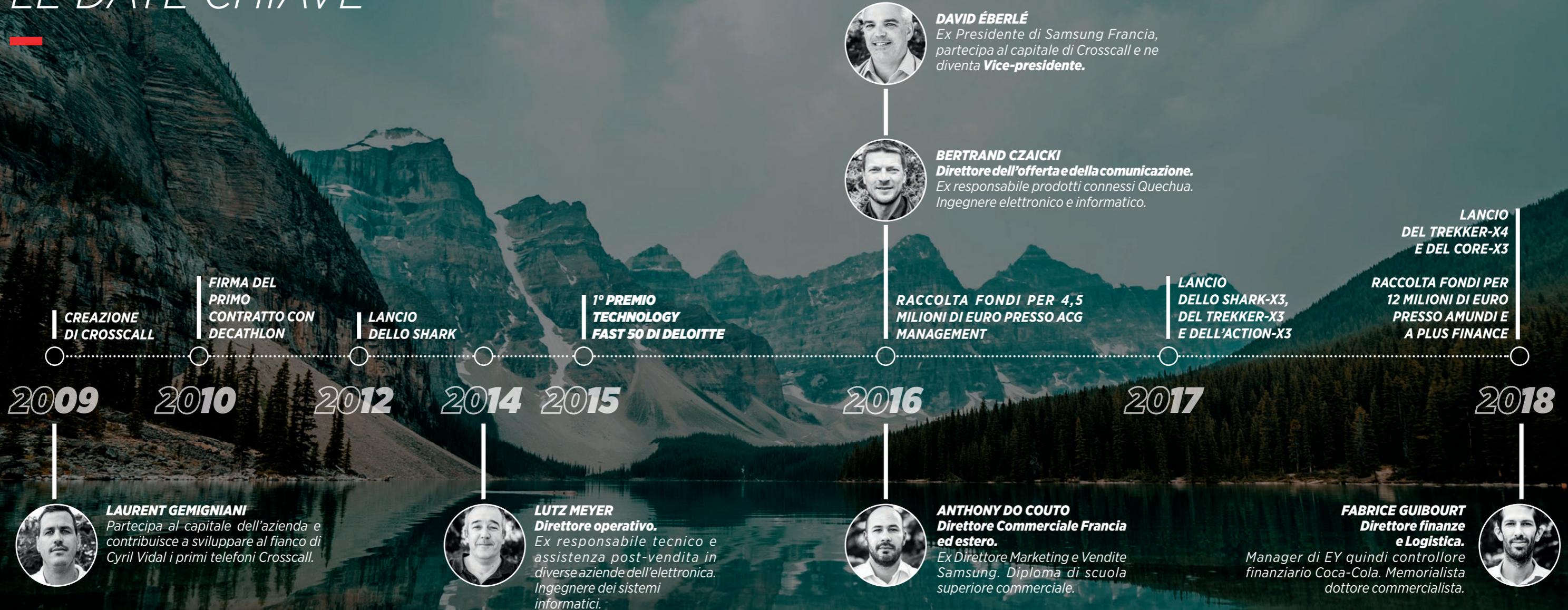
### LEGENDA

-  Sede Crosscall
-  Uffici Crosscall
-  Filiale

-  Paesi in cui il marchio è diffuso
-  Paesi in corso di sviluppo

# CROSSCALL

## LE DATE CHIAVE



# INTERVISTA A **CYRIL VIDAL**

## **IN CHE COSA CROSSCALL E I SUOI PRODOTTI SI DISTINGUONO DA CIÒ CHE PROPONGONO GLI ALTRI PRODUTTORI DEL MERCATO DELLA TELEFONIA?**

Tutti i nostri prodotti rispondono a un modello che si basa sull'economia funzionale. In tal senso, miriamo a privilegiare l'uso e la durata piuttosto che i fenomeni di moda e la spirale tecnologica. Il che non ci impedisce comunque di dare ai nostri prodotti un'identità estetica senza compromessi. In Crosscall, la prestazione non contrasta con l'eleganza. È questo DNA che ci ha permesso di posizionarci in un mercato a cui pochissimi operatori della telefonia avevano pensato prima: l'outdoor mobile technology.

## **QUAL È IL VALORE AGGIUNTO DEL MARCHIO-DATORE DI LAVORO CHE METTETE IN ATTO?**

Crosscall si fonda su un valore: rispondere alle necessità degli utenti e soddisfarne le aspettative. Riteniamo che ciò passi innanzitutto dalla durata dei nostri prodotti e dal rifiuto dell'obsolescenza programmata. Cosa che a questo punto è il modo migliore di rispondere alle problematiche ambientali poste da una filiera come quella della telefonia mobile.

Se la prestazione economica è essenziale, ha senso solo se è anche leva di prestazioni sociali. Il nostro team è formato da donne e uomini che provengono da ambienti diversi. Se da una parte diamo la prima chance a molti giovani, dall'altra facciamo sempre in modo di vigilare a un equilibrio intergenerazionale che è sinonimo di apertura mentale, crescita sul lavoro

e solidarietà. È inoltre data a tutti la possibilità di investire nell'azienda e di beneficiare così di una compartecipazione agli utili. Abbiamo anche avviato processi che ci permettono di valutare il livello di coinvolgimento dei nostri fornitori nelle questioni sociali e ambientali. L'idea è di non limitarsi a verificare che siano rispettati gli obblighi minimi ma andare oltre, facendo in modo di garantire che, a lungo termine, la nostra intera catena di produzione e distribuzione gestisca sempre meglio le diverse sfide poste da questo settore. La ricerca della redditività non può esentarci dall'esercitare la nostra responsabilità di impresa e di datore di lavoro.



**“Miriamo a privilegiare l'uso e la durata piuttosto che i fenomeni di moda e la spirale tecnologica.”**

## **A CHE PUBBLICO VI RIVOLGETE?**

All'inizio dell'avventura, il nostro target erano i professionisti sul campo e gli amanti degli sport estremi. Crescendo, abbiamo ampliato sempre più il nostro pubblico di riferimento. Crosscall non è più un marchio riservato ai soli amanti dello sport o ai professionisti dell'edilizia... i nostri prodotti sono dedicati a tutti gli utilizzatori, donne e uomini di tutte le età, che hanno bisogno di un telefono cellulare in grado di accompagnarli in tutte le loro attività. Che si tratti di un'attività professionale o di svago e in qualsiasi condizione, anche le più estreme. Per questo ci rivolgiamo sia ai privati che alle aziende.

## **QUALI SONO LE PROSPETTIVE DI SVILUPPO DI CROSSCALL A MEDIO E LUNGO TERMINE?**

Ci prendiamo il tempo di costruirci passo a passo. Bisogna fare attenzione a non saltare le tappe e rischiare di cadere. Per quanto riguarda le esportazioni prevediamo di rinforzare la nostra presenza nei paesi europei in cui già siamo introdotti. Quanto al lungo termine, abbiamo iniziato a sviluppare il mercato australiano e di alcuni paesi dell'Africa. Occorre continuare in questa direzione. Anche intensificare la nostra presenza nel B2B è una priorità scritta nel DNA dei nostri prodotti e nell'ecosistema di accessori connessi che stiamo sviluppando.

Il nostro impegno è volto anche a rinforzare le nostre collaborazioni e partnership con altri operatori strutturanti dell'high-tech. Ciò è essenziale se vogliamo posizionarci fra i protagonisti dell'intelligenza economica alla francese. Ma in ogni caso il modello economico di Crosscall implica uno sviluppo ragionato, legato al tempo stesso a una necessità di redditività e a una coerenza con i valori che difende.

# **CONTATTI**

## STAMPA

---

### **AGENZIA DI COMUNICAZIONE ITALIA : GREEN MEDIA LAB**

**MARCELLA VEZZOLI**

+39 349 881 9245

[marcella.vezzoli@greenmedialab.com](mailto:marcella.vezzoli@greenmedialab.com)

**ELEONORA BONO**

+39 333 942 7544

[eleonora.bono@greenmedialab.com](mailto:eleonora.bono@greenmedialab.com)

### **CROSSCALL**

**PAULINE CHANUT**

+33 (0) 7 84 37 72 26

[pauline.chanut@crosscall.com](mailto:pauline.chanut@crosscall.com)

**LUCAS GIRAUD**

+33 (0) 7 63 11 34 63

[lucas.giraud@crosscall.com](mailto:lucas.giraud@crosscall.com)

