



## CONTINUEREMO A PUNTARE SU PRODOTTI ESCLUSIVI E DI ALTA QUALITÀ

MARCO CENDERELLI  
Country Marketing Italia  
EXPAND INTERNATIONAL GROUP AB

La azienda Svedese Expand, con sede a Stoccolma, è da decenni una della prime aziende al mondo nel settore dei sistemi portatili per la comunicazione visiva nel punto vendita, fiere ed eventi.

Oltre quaranta sono i mercati in cui i prodotti Expand vengono esportati, cinque le filiali estere (Francia, Gran Bretagna, Germania, USA e Spagna), migliaia di distributori nel mondo, il primato assoluto di vendite nel settore in Europa, e tra i primi nell'enorme mercato statunitense.

Il mercato degli espositori con immagini in stampa digitale per la comunicazione "POP", ha conosciuto in Italia una reale espansione solo negli ultimi anni, in leggero ritardo rispetto agli altri grandi mercati europei.

Solo recentemente, infatti, le tecnologie di stampa in grande formato, sempre più economiche e di maggiore impatto estetico, hanno contribuito ad un vero e proprio boom nell'utilizzo di questi strumenti di Comunicazione visiva, anche nel nostro paese.

Questo sia per le aziende di minime dimensioni, che vogliono esporre in fiera con budget limitati, sia per grandi multinazionali che necessitano di allestire centinaia di punti vendita.

Tale incremento nella domanda ha di conseguenza comportato il proliferare di ditte che propongono questi prodotti nel mercato italiano. Come accade ormai in quasi tutti i settori dell'industria, si tratta spesso di semplici rivenditori di articoli di provenienza asiatica, mediocri copie di

modelli proposti ormai da decenni dalle poche ditte al mondo che li progettano e producono, quali appunto l'Expand.

Ciò ha determinato nel tempo una continua diminuzione dei prezzi, ma soprattutto del livello qualitativo di tali tipologie di prodotto, (ci si riferisce in particolare a display, roll-ups e stand modulari).

Le due strategie di base per rimanere competitivi sul mercato erano quindi sostanzialmente due: abbassare drasticamente i costi di approvvigionamento o produzione, oppure puntare sulla ricerca, proponendo con continuità prodotti sempre più innovativi ed esclusivi.

Noi della Expand abbiamo ha optato per... ambedue le strategie.

Trasferendo ormai da quasi dieci anni la propria produzione in China, con stabilimenti propri certificati ISO, dotati di dirigenza e qualità del lavoro... rigorosamente svedesi, ed allo stesso tempo investendo sempre più in Ricerca&Sviluppo, abbiamo visto crescere il nostro fatturato, di anno in anno, anche in un mercato globale sempre più competitivo. Ciò senza riduzione di personale: le risorse umane sono state nel tempo spostate soprattutto nelle funzioni di sviluppo prodotti, marketing e commerciale.

La scelta della Expand riflette un po' le sostanziali differenze di risposta alla "minaccia" asiatica adottate dalle ditte scandinave rispetto a quelle italiane: ovvero quella di puntare in un sempre maggiore tasso di innovatività, e



expand®

quindi investendo più decisamente nella ricerca e sviluppo dei prodotti, rispetto ad una semplice riduzione della forza lavoro, o a strategie basate unicamente sul risparmio su materiali, forniture, o su altri costi aziendali quali quelli pubblicitari e di marketing.

Nel nostro caso, la scelta di uscire da una mera competizione di prezzo è stata inoltre dettata dallo specifico utilizzo che si fa dei nostri prodotti. Essi vengono infatti utilizzati per veicolare l'immagine di un'azienda o di un prodotto, proprio quando vengono posti a stretto contatto con la clientela.

Se le strutture sono instabili, difettose, o anche solo caratterizzate da un design dozzinale, altrettanto dozzinale diventa la

percezione del prodotto o dell'azienda, agli occhi del cliente.

Di contro, un supporto display dal design elegante, stabile e sofisticato, trasmette immediatamente le stesse percezioni di preziosità e qualità anche all'azienda per i quali veicola il messaggio pubblicitario.

Nel più lungo periodo l'importanza della qualità emerge quindi in tutta la sua forza. Questo lo hanno capito anche i referenti commerciali Expand in tutto il mondo.

Insomma, i nostri prodotti sono talmente belli, che più bella è l'azienda che li porta in giro. E non fanno mai fare brutta figura di fronte alla clientela.

Tutto ciò condito con tutti gli altri elementi di valore aggiunto: garanzia eterna, puntualità nelle

spedizioni, disponibilità immediata di magazzino, sia per componenti che per quantità enormi di prodotti, assistenza pre e post vendita.

Risultato: anche lo scorso anno abbiamo immesso sul mercato cinque nuovi articoli, tutti dotati di funzionalità esclusive e... solidamente brevettati. Il nostro obiettivo è di creare di continuo prodotti innovativi, dotati di caratteristiche uniche, introvabili sul mercato, studiati anche per aprire vere e proprie nuove opportunità di utilizzo da parte delle aziende che vogliono farsi pubblicità.

Ne sono un esempio il Roll-up Expand M2, che permette di cambiare immagine grafica da chiunque, sul posto, in dieci secondi. Questo brevetto permette alle aziende di allestire centinaia di punti vendita, evitando di dover riportare poi tutti i roll-ups di nuovo dal tipografo per cambiarne la grafica ogni

qual volta che rinnova la campagna di comunicazione, ma bensì permettendo di spedire solo le nuove stampe, che potranno essere sostituite sul posto dal gestore punto vendita o filiale.

Un'altro esempio di prodotto esclusivo è il primo display bifacciale avvolgibile e portatile per esterni, L'Expand MediaScreen 2 Outdoor, che permette di posizionare il messaggio aziendale là dove non arriva la concorrenza, anche i ambienti estremi, quali piste da sci o spiagge.

Dal 2007 l'Expand lancerà una completa linea di display per Comunicazione visiva per esterno (bandiere, roll-ups, etc.), anche questa dotata dei tre elementi tipici Expand: bellissimo design, esclusività ed affidabilità garantita in eterno.

Gli altri cercheranno di copiarci, sì... ma senza raggiungerci mai.