

DOSSIER DE PRESSE

2022



 **CROSSCALL**



THIS IS HOW WE LIVE

ICI POUR DURER
ICI POUR DURER
ICI POUR DURER
ICI POUR DURER
ICI POUR DURER
ICI POUR DURER
ICI POUR DURER
ICI POUR DURER

ÉDITO

Dans le monde de la téléphonie mobile, 10 ans valent presque un siècle ! Le smartphone et son marché ont à peine balbutié qu'ils représentent déjà un enjeu sociétal et géopolitique majeur. Mais les années qui viennent seront marquées par de nouveaux bouleversements. Si certains en doutent encore, la crise actuelle des semiconducteurs est là pour nous le rappeler.

L'urgence absolue de préserver les ressources de notre planète mais aussi l'aspiration des particuliers ainsi que des professionnels à disposer d'un matériel restant opérationnel dans tous les environnements et dans toutes les conditions, convergent pour imposer la technologie outdoor et le téléphone durable comme une évidence qui à nos yeux est aussi un devoir.

C'est le défi relevé par CROSSCALL qui entend poursuivre son développement en assumant son histoire et son identité face à un marché mondial vampirisé par des géants qui se livrent une guerre sans merci. Tous ont adopté la même stratégie de conquête : accélérer la mise sur le marché de nouveaux produits, qui pour la plupart se ressemblent

et usent de surenchère technologique afin de justifier un prix toujours plus élevé et inciter à un renouvellement le plus promptement possible. Ce alors même que toutes les études démontrent que les consommateurs aspirent à conserver le même terminal le plus longtemps possible.

Chez CROSSCALL nous avons choisi de prendre le contre-pied de cette fuite en avant qui est aux antipodes de nos convictions. Notre marque s'est fondée sur l'idée qu'un téléphone est fait pour répondre aux besoins de ses utilisateurs, être en harmonie avec leur style de vie, et durer, durer toujours plus longtemps quels que soient les environnements auxquels il est exposé. Mettre l'utilisateur et ses besoins réels au centre de la conception de nos produits et s'engager sur leur durabilité, c'est là que se situe la véritable innovation.

Nous avons engagé en 2021 un renouvellement profond de nos gammes CORE et ACTION qui va se poursuivre en 2022. Ces produits de dernière génération bénéficient de 13 années d'expérience et de savoir-faire de nos équipes. Ils ont été pensés de façon

à constituer des références et ouvrir une nouvelle voie pour la téléphonie durable tant ils sont conçus pour répondre aux situations les plus exigeantes tout en conservant l'élégance et la polyvalence qui font la marque de fabrique de CROSSCALL.

Enfin et dans la même logique, Crosscall a décidé d'engager une démarche de relocalisation de son activité industrielle en France. Celle-ci s'est concrétisée en 2021 par la création avec le soutien de « France Relance » d'un laboratoire de R&D au cœur de son siège d'Aix en Provence et par le lancement avec succès de ses premiers produits reconditionnés. Ce qui représente une nouvelle corde à sa politique RSE et non des moindres, d'autant que ce reconditionnement est garanti « Made in France ». Notre prochain objectif sera d'aboutir d'ici 2025 à la constitution d'un écosystème de production qui impliquera nombre de nos partenaires de façon à fabriquer nos premiers produits en France.

CYRIL VIDAL
Président-Fondateur

SOMMAIRE

NOTRE HISTOIRE 8

| UNE MARQUE NÉE UN JOUR DE TEMPÊTE 10

| L'ADN CROSSCALL 12

| LES DATES CLÉS 18

| UNE AVENTURE HUMAINE 20

| DE START-UP À SCALE-UP EN 10 ANS 22

| UNE AMBITION INTERNATIONALE 23

| STRATÉGIE RSE 24

| NOS 5 AXES D'ENGAGEMENT RSE 26

MODÈLE INDUSTRIEL 28

| L'USAGE AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT PRODUIT 30

NOS PRODUITS 40

| SOLUTIONS ENTREPRISES 42

| CAS CLIENTS : SNCF ET GENDARMERIE 44

| GAMME CORE + PRODUITS 46

| ENTRETIEN AVEC DAVID EBERLÉ 52

| GAMME ACTION + ACTION-X5 54

| ACCESSOIRES ET APPLICATIONS 56

CROSSCALL SAILING TEAM 58

PARTENAIRES 60

ENTRETIEN AVEC CYRIL VIDAL 62

UNE MARQUE NÉE UN JOUR DE TEMPÊTE

— D'UNE MÉSAVENTURE PERSONNELLE À UNE AVENTURE PROFESSIONNELLE

J'ai toujours voulu que Crosscall soit une aventure collective. Je crois que c'est ce qu'elle a été, ce qu'elle est et ce qu'elle sera toujours. Je me souviens d'un jour de tempête, il y a maintenant plus de 12 ans lors de l'une de mes sorties en mer. Piégé dans un grain aussi soudain que violent, l'eau salée finit par mettre mon téléphone mobile de l'époque hors d'usage.

Les embarcations individuelles, le plus souvent, ne disposent pas d'un équipement radio alors, quand notre mobile est HS, on se retrouve coupé du monde sans plus aucun moyen pour signaler sa position ou demander des secours. Le genre de situation angoissante qu'on aimerait éviter. Chanceux, je finis par regagner la terre ferme, trempé mais sain et sauf. Je crois que c'est suite à cette incident que l'idée m'est venue.

Cela s'est d'abord traduit par une veine recherche pour m'équiper d'un téléphone qui m'évite ce genre de désagrément et c'est progressivement devenu un projet, mon projet : penser des terminaux adaptés aux environnements les plus agressifs et qui se différencient par leur durabilité. Je ne le sais pas encore mais Crosscall vient de naître !

— UNE LONGUE ROUTE

Le système économique actuel est ainsi fait que l'entreprenariat n'est pas chose aisée. Les premières fois que je me suis aventuré à parler de créer une marque de téléphones, certains ont souri à l'idée que je songe sérieusement à défier les multinationales qui déjà se disputaient le monopole. Par ailleurs, convaincre les acteurs de la téléphonie et les utilisateurs que disposer de produits plus durables et plus résistants représente une vraie différence au quotidien, ne s'est pas fait pas en un jour. Mais là où il y a une volonté, il y a un chemin. Au fil des années des femmes et des hommes issus de formations et d'horizons divers ont cru avec moi que c'était possible et ont rejoint ce qui est devenu notre projet.

Progressivement, s'est constituée autour de Crosscall une équipe soudée et dotée des compétences capables de relever le défi. Evidemment Rome ne s'est pas faite en un jour. Cela a été une longue route semée d'embûches et de moments difficiles mais il y a eu des réussites et surtout des rencontres qui ont rendu les choses possibles. Nous avons commencé par créer notre propre modèle industriel et par jeter les bases d'une technologie originale. Étapes par étapes, années après années, nous nous sommes imposés comme une alternative crédible auprès des grands opérateurs et des distributeurs.

— LA DURABILITÉ, NOTRE RAISON D'ÊTRE

Si l'idée n'était pas encore dans l'air du temps à la création de Crosscall, concevoir des produits plus durables et plus responsables est désormais devenu une évidence et sera probablement demain, une obligation.

Les temps changent et on ne peut que s'en réjouir. Mais ne nous y trompons pas, cela passe nécessairement par une nouvelle vision de la téléphonie.

Il s'agit de rejeter définitivement un modèle basé sur la surenchère technologique afin de privilégier les besoins d'usage de nos utilisateurs et la prise

en compte de l'ensemble des parties prenantes de notre chaîne des valeurs. C'est non seulement ce qui fonde notre différence mais c'est aussi ce qui fait notre engagement.

Penser les choses autrement a fait notre succès et entraîné une croissance fulgurante. À tel point qu'il nous a fallu déménager à quatre reprises notre siège afin de pouvoir accueillir les nouveaux collaborateurs. Depuis la commercialisation de nos premiers terminaux, nous en avons vendu plus de 3,5 millions aujourd'hui et nous sommes implantés dans 19 pays. Même si au départ Crosscall ciblait les

sportifs, les passionnés des activités de plein air ou encore les artisans, nous avons progressivement su construire des solutions durables adaptées aux grandes flottes déployées par les Institutions et les entreprises.

C'est ainsi que ces dernières années la SNCF, la Police, la Gendarmerie ou encore les hôpitaux ont choisi les terminaux Crosscall pour équiper leurs personnels.

Crosscall est maintenant devenue une entreprise de taille intermédiaire (ETI) de presque 200 salariés qui a connue plusieurs levées de fonds tout en

veillant à ce que son capital reste 100% français et que ses salariés en soient partie prenante.

Fidèle à son ADN, elle va désormais garantir ses téléphones pendant 5 ans.

En phase avec la nouvelle réglementation qui contraint les fabricants à afficher le niveau de réparabilité de leurs produits, non seulement ses derniers modèles ont obtenu parmi les meilleures notes du marché mais elle s'engage aussi à ce que leurs composants restent disponibles pendant 10 ans.



CYRIL VIDAL

Président-Fondateur de CROSSCALL

— GARDIEN DE NOTRE ÂME

Aujourd'hui, Crosscall est devenue une référence en matière de téléphonie durable.

Notre marque a grandi, nous équipons le grand public comme les grandes entreprises et les institutions. Nous n'en restons pas moins une entreprise à dimension humaine dans une filière qui ne l'est plus si tant est qu'elle le fut un jour.

Mais ce dont je suis surtout fier c'est que nous n'avons pas oublié en chemin d'où nous venons et où nous allons.

Et je trouve qu'au fond c'est notre plus belle réussite.

L'ADN CROSSCALL

Concevoir la téléphonie autrement. Voilà la pensée qui nous anime depuis nos débuts. Proposer des produits durables, pensés pour le long-terme. De cette démarche, nous avons érigé les CROSSCALL Standards et conceptualisé des valeurs auxquelles chacun de nos produits doit répondre afin de nous permettre de nous rapprocher au plus de cette vision et correspondre davantage aux attentes de nos utilisateurs.



DURABILITÉ

Pour permettre à nos utilisateurs de partir l'esprit libre et serein dans chacune de leurs sorties, nous travaillons depuis plus de 10 ans afin de pousser plus loin les standards de résistance.

Une remise en question constante qui nous a notamment permis de rendre nos produits de plus en plus durables et de pousser leur garantie jusqu'à aujourd'hui atteindre les 5 ans. Le choix des matériaux est primordial pour concevoir un téléphone résistant et durable.

Si, à nos débuts, chacun des composants profitait d'une fixation à la soudure, au fil des années nos ingénieurs ont étudié les meilleures options pour trouver le parfait compromis entre robustesse, poids et durabilité que ce soit à l'intérieur et l'extérieur du téléphone.

Aujourd'hui, en phase avec la réglementation sur la réparabilité et notre politique RSE, nous avons mené un travail conséquent afin de faire de nos téléphones les plus réparables et durables du marché. Par exemple, le CORE-S4 est un téléphone très facile à démonter et à réparer sans devoir changer les pièces comme les joints. Rien n'est collé, soudé, il est comme un gros lego, tout est vissé tandis que tous les connecteurs sont protégés par des capuchons pour éviter que des poussières ne s'y infiltrent.

L'autonomie de nos téléphones a toujours été l'un de nos engagements.

À l'écoute de notre communauté d'où a émergé le besoin d'un téléphone avec "une bonne batterie", nos équipes ont mené une réflexion et une conception à 360° pour proposer à nos utilisateurs des produits durants.

C'est de cette recherche permanente que sont issus les CROSSCALL Standards. Ils déterminent un référentiel de valeurs pour l'intégralité de nos produits afin de répondre au mieux aux attentes de nos utilisateurs.



L'ADN CROSSCALL

LA DURABILITÉ COMME RAISON D'ÊTRE DEPUIS 2009

2009

Création de Crosscall, des terminaux conçus avec un ADN fort : **résistance, étanchéité, autonomie.**

2014-2018

Élaboration et amélioration continue des **Crosscall Standards**, le cahier des charges très exigeant garantissant **la qualité de fabrication et la durabilité** des produits.

2020

Crosscall met en place une **garantie de 3 ans** sur l'ensemble de ses smartphones et tablettes. **Un engagement inédit dans la téléphonie.**

Les terminaux Crosscall sont certifiés **AER** (Android Enterprise Recommended), la certification Android la plus poussée qui garantit des mises à jour régulières du software.

2021

Les smartphones Crosscall disposent **d'une des meilleures notes à l'indice de réparabilité avec un 8,8/10.**

La marque s'engage sur **une disponibilité de ses pièces détachées pendant 10 ans.**

Crosscall propose **des mobiles reconditionnés** sur son site internet.

2022

Crosscall met en place une **garantie matérielle de 5 ans** sur l'ensemble des smartphones de la génération 5 et ses futurs terminaux.

GARANTIE 5 ANS : LE NOUVEL ENGAGEMENT CROSSCALL

Le monde dans lequel nous évoluons est constamment en changement. Aujourd'hui, les enjeux environnement sont trop importants pour ne pas changer nos habitudes. Notre rôle, en tant qu'entreprise, est de proposer des produits durables et d'encourager une consommation plus responsable.

Chez CROSSCALL, la durabilité a toujours été au cœur de notre conception, elle est la raison d'être de l'entreprise. En 13 ans d'existence, nous avons acquis et développé notre propre savoir-faire qui nous a permis de lancer, en février 2020, une garantie 3 ans sur l'ensemble de nos appareils. Ce qui était alors une première dans l'histoire de la téléphonie.

Aujourd'hui, nous franchissons une étape supplémentaire. À l'écoute de nos utilisateurs, nos équipes ont travaillé afin de leur proposer des terminaux toujours plus fiables et toujours plus performants dans la durée. C'est ainsi que nous sommes fiers d'être en mesure de leur offrir **une garantie de 5**

ans sur l'ensemble de nos téléphones et smartphones issus de la génération 5 ainsi que nos futurs terminaux. De plus, elle sera rétroactive et concernera également les CORE-M5 et ACTION-X5 achetés avant la mise en place de cette garantie.

La qualité et la durabilité de nos produits est une priorité pour nous et nous l'espérons pour le consommateur également. En privilégiant ces critères lors de son achat, il permet à son échelle, de limiter les impacts sur l'environnement mais également de faire un achat raisonné dont le prix, comparé au temps d'utilisation, se retrouvera moins élevé que celui d'un produit bon marché qu'il faudra renouveler trop fréquemment.

Enfin, la vraie innovation n'est-elle pas d'aller à l'encontre de l'obsolescence ?

Changer notre manière de consommer est l'affaire de tous et aujourd'hui Crosscall est fière de pouvoir s'engager et proposer une vraie alternative durable dans l'univers de la téléphonie.

5 ANS Garantie constructeur



L'ADN CROSSCALL



FIABILITÉ

Pour concevoir un téléphone outdoor, capable de résister à tous les environnements et toutes les conditions il faut s'équiper des technologies adaptées et faire preuve d'ingéniosité.

Depuis nos débuts, nos équipes ont travaillé d'arrache-pied afin de concevoir des téléphones calqués sur les besoins de nos utilisateurs mais surtout capables de les suivre durablement dans leur quotidien et leurs aventures, intenses ou non.

Tout part de la conception. Le choix des composants électroniques fiables, des processeurs efficaces et durables, des verres écran résistants qui ne font aucun compromis sur la qualité. Ensuite,

nous nouons des partenariats avec des partenaires industriels de qualité que ce soit Hisense ou encore Qualcomm.

La norme militaire MIL STD 810G est une batterie de tests initialement créée par l'armée américaine destinée à prouver la résistance des produits électroniques dans des conditions éprouvantes, difficiles, au plus proche du terrain. Sur la vingtaine de tests que composent cette norme, nous avons choisi de nous concentrer sur 15 d'entre eux. Tout ça dans un seul but : prouver la résistance de nos produits mais également le fait qu'ils soient capables de performer durablement dans l'ensemble des environnements que peuvent rencontrer les professionnels de terrain et les amateurs de sport outdoor.

Afin de garantir la durée de vie du bouton programmable de l'ACTION-X5, les équipes Crosscall lui ont fait subir 700,000 appuis de 8 newton toutes les 0,6 secondes.



INNOVATION

Parce que la technologie doit être à notre service et non l'inverse, Crosscall met tout son savoir-faire dans la conception de produits fiables, durables, performants et responsables destinés à ceux qui veulent vivre intensément sans limite technologique. Pour ce faire, nos équipes sont quotidiennement à la recherche de la meilleure innovation pour nos utilisateurs. Tant au niveau du SHARK-X3, qui fut le premier mobile flottant au monde ou bien sur le TREKKER-X4 qui est le seul smartphone à intégrer une ACTION-CAM dans son design.

Depuis 2017, nos smartphones sont équipés de la technologie X-LINK™ (Magconn Technology). Un aimant intelligent qui permet la charge, le transfert de données et place le

téléphone au cœur de tout un écosystème d'accessoires. Nous proposons alors à l'utilisateur une solution complète destinée à couvrir tous ses besoins et prolonger la durée d'utilisation de son smartphone. Avec X-LINK™, nous avons fait le choix d'une solution simple, fiable et parfaitement intégrée dans le design de nos produits.

Mais l'innovation n'est pas seulement mécanique. Elle concerne également le côté applicatif. En effet, au gré de notre développement, nous avons développé des applications couvrant des besoins différents, telles que : X-SENSORS, X-STORY, X-CAM, X-TALK.



Le premier mobile flottant au monde



Le nouveau smartphone avec action-cam intégrée



Fixation magnétique et mécanique

SHARK-X3

X-CAM

X-LINK

CROSSCALL, LES DATES CLÉS



Création de Crosscall



2009 2

Signature du 1^{er} contrat avec Décathlon



2010 3
1,5€

Lancement du shark



2011 5
279k€

1^{er} prix Technology Fast 50 de Deloitte



2015 65
8,5M€

Levée de fonds de 4,5 millions d'euros auprès d'ACG Management



2016 90
16,6M€

David Éberlé

Ancien Président de Samsung France, rentre au capital de Crosscall et en devient le Vice-président.

Lancements : SHARK-X3, TREKKER-X3 ET ACTION-X3



2017 110
30M€

Lancements : TREKKER-X4, CORE-X3
Levée de fonds de 12M€ auprès d'Amundi et A plus Finance



2018 125
51,2M€

Crosscall remporte son plus gros contrat : La marque équipe les agents SNCF avec le Trekker-X4



2019 139
71,6M€

Lancement officiel de Crosscall en Afrique du Sud

Lancement de la gamme CORE



2020 149
89M€

CROSSCALL intègre le French Tech 120

Lancement du CORE-S4, du CORE-M5, du CORE-X5 et de l'ACTION-X5



2021 170
140M€

Labélisation du projet industriel par France Relance

Crosscall remporte son plus gros contrat en équipant la Gendarmerie et la Police Nationale avec plus de 200 000 terminaux

CROSSCALL, UNE AVENTURE HUMAINE

DES VALEURS, UN PROJET, UNE ÉQUIPE !

CROSSCALL, c'est d'abord une aventure humaine, des femmes et des hommes qui au fil des années ont rejoint l'entreprise pour apporter leurs idées, leur talent et leur énergie. Bien sûr entre l'âge héroïque des origines où l'entreprise ne comptait qu'une toute petite poignée de salariés et aujourd'hui, notre organisation a constamment évolué et les équipes se sont fortement professionnalisées.

Il n'en reste pas moins l'idée que rejoindre CROSSCALL se fait certes sur la base des compétences que recherche l'entreprise en fonction de son développement mais aussi sur des valeurs partagées autour du projet d'entreprise auquel chacun apporte sa pierre. Chez nous, les différences, qu'elles soient liées au sexe, à l'âge, à la culture, à la nationalité ou à la religion... non seulement ne sont pas vécues

comme des barrières mais sont autant de richesses qui se fondent dans le collectif et cimentent notre équipe.

Ces deux dernières années, malgré la crise sanitaire, nous avons créé 62 nouveaux emplois nets. Chaque recrutement amenant une nouvelle énergie, une autre manière de penser.



170
COLLABORATEURS

13
NATIONALITÉS

62%
D'HOMMES

38%
DE FEMMES

TOUS IMPLIQUÉS DANS LE MÊME PROJET !

Chez Crosscall, nous avançons ensemble. Les salariés sont étroitement associés à l'élaboration et à la mise en œuvre du projet d'entreprise. Leur évolution professionnelle s'inscrit dans ce cadre.

En ce sens, il a été décidé dès 2017 de les intéresser aux bénéfices dégagés : d'une part en leur redistribuant une partie de la marge bénéficiaire annuelle et d'autre part en leur permettant d'entrer au capital de l'entreprise.

Cet état d'esprit s'entretient aussi par une politique sociale et de bien-être au travail d'envergure : gestion raisonnée du temps de travail, dispositif d'évolution salariale et professionnelle, plan de carrière et de formation, mesures sociales et d'amélioration des conditions de travail, salle de sport avec coach, séminaires semestriels, restauration de qualité avec une contribution de l'entreprise.

" La cohésion d'équipe ça se cultive dans le cadre d'une politique RH globale. Cela commence par les process de recrutement mais passe aussi par un dialogue social pragmatique, des mesure concrètes et la création de temps collectifs de partage " .

JULIE GRINDATTO

Manager des Ressources Humaines

Âge : 44 ans

Sport de prédilection : Course à pied

Signe particulier : Première recrue du service RH



DE START UP À SCALE UP EN 10 ANS

CROSSCALL a fêté ses 10 ans en 2019. Avec une croissance ininterrompue depuis sa création, notre entreprise est passée du statut de start-up à scale-up en une décennie.

+140M€

CA PRÉVU

Pour l'exercice fiscal 2021-2022

+76%

CROISSANCE DU CA

2020/2021 vs CA 2019/2020

3,5M

TERMINAUX VENDUS

Depuis la création

19

PAYS

Où la marque est présente

4,4/5

NOTE DE SATISFACTION

Moyenne des clients
source : Avis vérifiés

" C'est un challenge hyper excitant. Au contrôle de gestion nous avons l'avantage d'avoir une vision à 360°. La difficulté dans une entreprise comme CROSSCALL qui a connu une croissance très forte est de conserver une gestion raisonnée. Notre mission quotidienne est de donner à la direction une vision globale de la société à l'instant T et comment elle peut évoluer à l'avenir afin de leur permettre de définir un cap. "

MAXIME GAUCHÉ

Manager du contrôle de gestion

Âge : 34 ans

Sport de prédilection : Surf

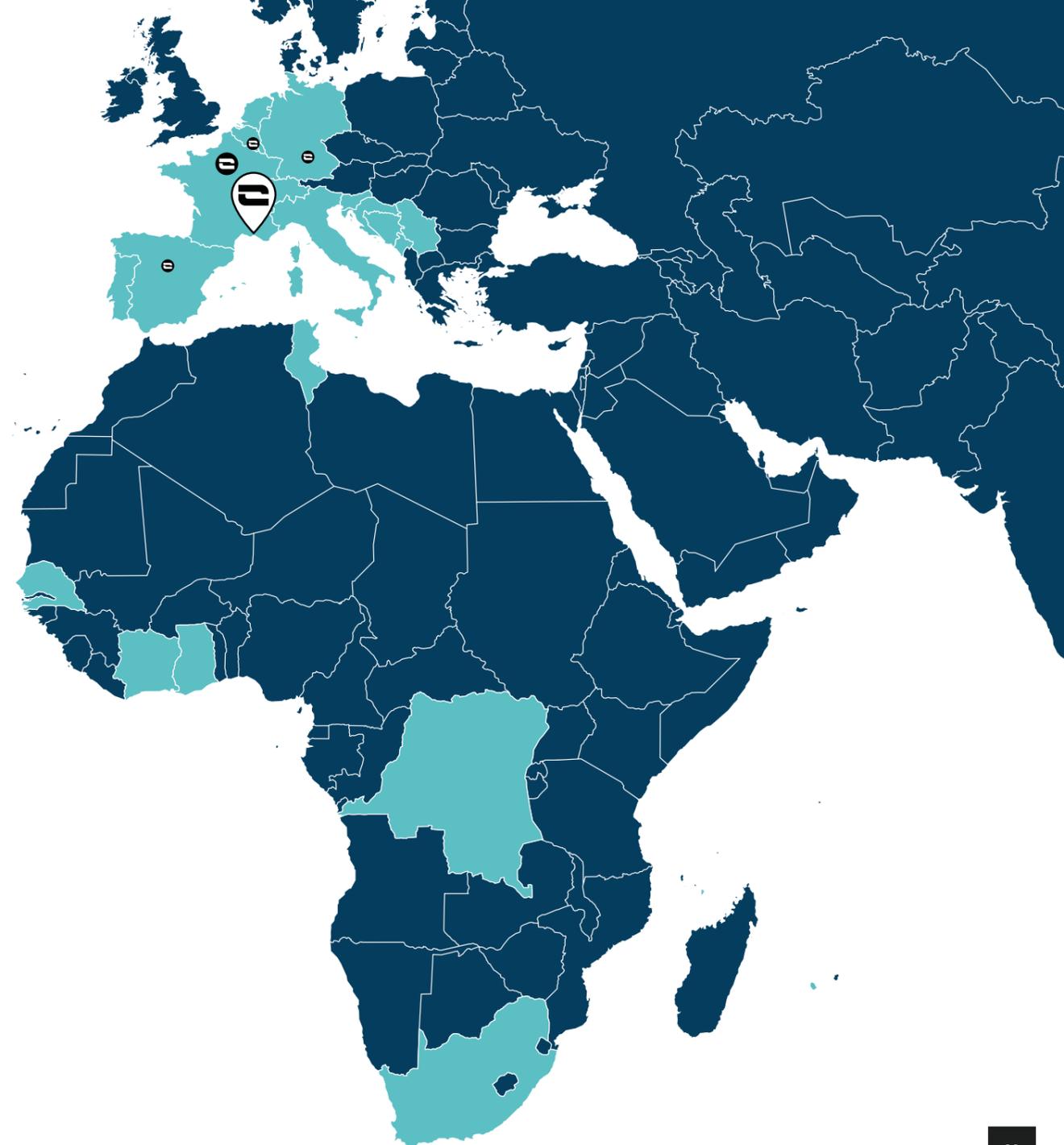
Signe particulier : Était déjà utilisateur crosscall avant son arrivée.



UNE AMBITION INTERNATIONALE

UNE PRÉSENCE DANS 19 PAYS

Au fil des années, CROSSCALL a intensifié sa présence à l'international. Nous avons commencé par les pays européens en y plaçant des directeurs commerciaux chargés d'y implanter durablement la marque.



Siège Crosscall



Bureaux Crosscall

NOTRE STRATÉGIE RSE

UNE DÉMARCHE RSE GLOBALE COMME AXE DE PROGRESSION DE L'ENTREPRISE

Consciente de ses responsabilités et de ses impacts, Crosscall déploie une stratégie RSE qui s'appuie sur l'ISO 26000, le standard international de la Responsabilité Sociétale des Entreprises.

Cette stratégie s'inscrit dans une volonté d'amélioration continue et prend en compte les enjeux les plus matériels pour l'ensemble de nos parties prenantes.

En rejoignant le Pacte mondial des Nations Unies, Crosscall s'est engagée à en respecter les 10 principes, concernant le respect des droits de l'Homme, des normes internationales du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption.

Notre ambition s'étend à l'ensemble de nos partenaires qui font l'objet d'audits réguliers

au niveau social et environnemental.

En 2021, pour consolider et formaliser notre stratégie RSE, nous avons réalisé une étude de matérialité, avec le soutien d'un cabinet de conseil extérieur.

Cet exercice consistait à identifier les enjeux RSE les plus pertinents de CROSSCALL, puis à les soumettre à nos parties prenantes internes et externes afin qu'ils identifient leur niveau d'attente et leur perception du niveau de performance actuel de CROSSCALL pour chacun d'eux.

La matrice de matérialité résultante nous a permis de définir 5 axes d'engagement RSE sur lesquels se base notre stratégie.



NOS 5 AXES D'ENGAGEMENT RSE

1. ICI POUR PROPOSER DES SOLUTIONS QUI DURENT

En tant que fabricants de produits électroniques, nos principaux enjeux RSE sont liés à nos produits. Depuis leur conception, jusqu'à leur fin de vie, en passant par leur fabrication, leur transport, et la manière dont nous les commercialisons, nous souhaitons mettre en place des actions pour réduire nos impacts environnementaux et sociaux à chaque étape.

Cet axe d'engagement met l'accent sur l'allongement de la durée d'utilisation de nos produits, l'écoconception et l'économie des ressources.

Crosscall considère le niveau de réparabilité de ses appareils comme une des clés permettant de prolonger l'utilisation de ses produits et ainsi renforcer sa démarche de durabilité. Nos smartphones de la nouvelle gamme Core affichent d'ailleurs des indices de réparabilité parmi les meilleurs du marché (8.8/10).

2. ICI POUR NOUS ANCRER LOCALEMENT

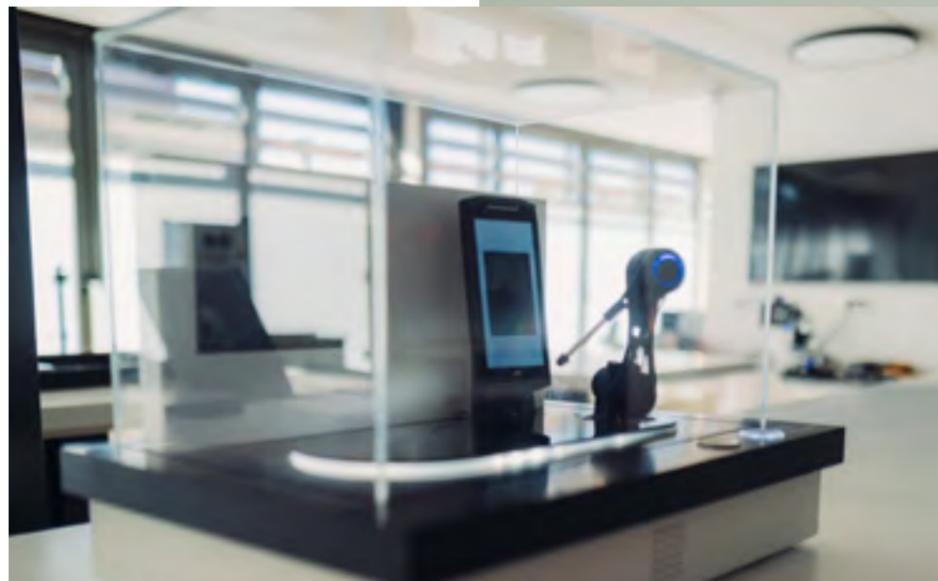
Cet axe rassemble nos engagements pour favoriser le tissu local : développer nos activités industrielles en France, amplifier notre écosystème de fournisseurs et partenaires européens et nous impliquer localement via des activités de sponsoring et de mécénat là où nous sommes implantés.

Nous avons la volonté d'implanter une unité de reconditionnement en France qui nous permettra de mieux valoriser nos produits en fin de vie et d'assurer une meilleure traçabilité en amont et en aval.

3. ICI POUR CHANGER LES HABITUDES

Notre objectif dans cet axe est d'encourager notre écosystème à des pratiques plus responsables. Cela se traduit par un accompagnement de nos fournisseurs, une incitation à une consommation et à des pratiques sectorielles plus durables.

Dans une logique d'économie circulaire, nous nous intéressons également à la manière dont nous commercialisons nos téléphones et à nos pratiques marketing. Ainsi, nous adaptons nos offres commerciales pour promouvoir une durée d'utilisation prolongée de nos produits et éviter le gaspillage ou la surconsommation.



4. ICI POUR NOUS ENGAGER AUPRÈS DE NOS ÉQUIPES

Parallèlement au développement économique indispensable au fonctionnement de l'entreprise, le volet social et l'épanouissement des collaborateurs est aussi au cœur de l'ambition de la société. Ainsi, Crosscall veille à proposer à ses collaborateurs un environnement professionnel adapté et favorisant le développement de chacun au sein de l'entreprise et le bien-être.

5. ICI POUR AGIR AVEC RESPONSABILITÉ

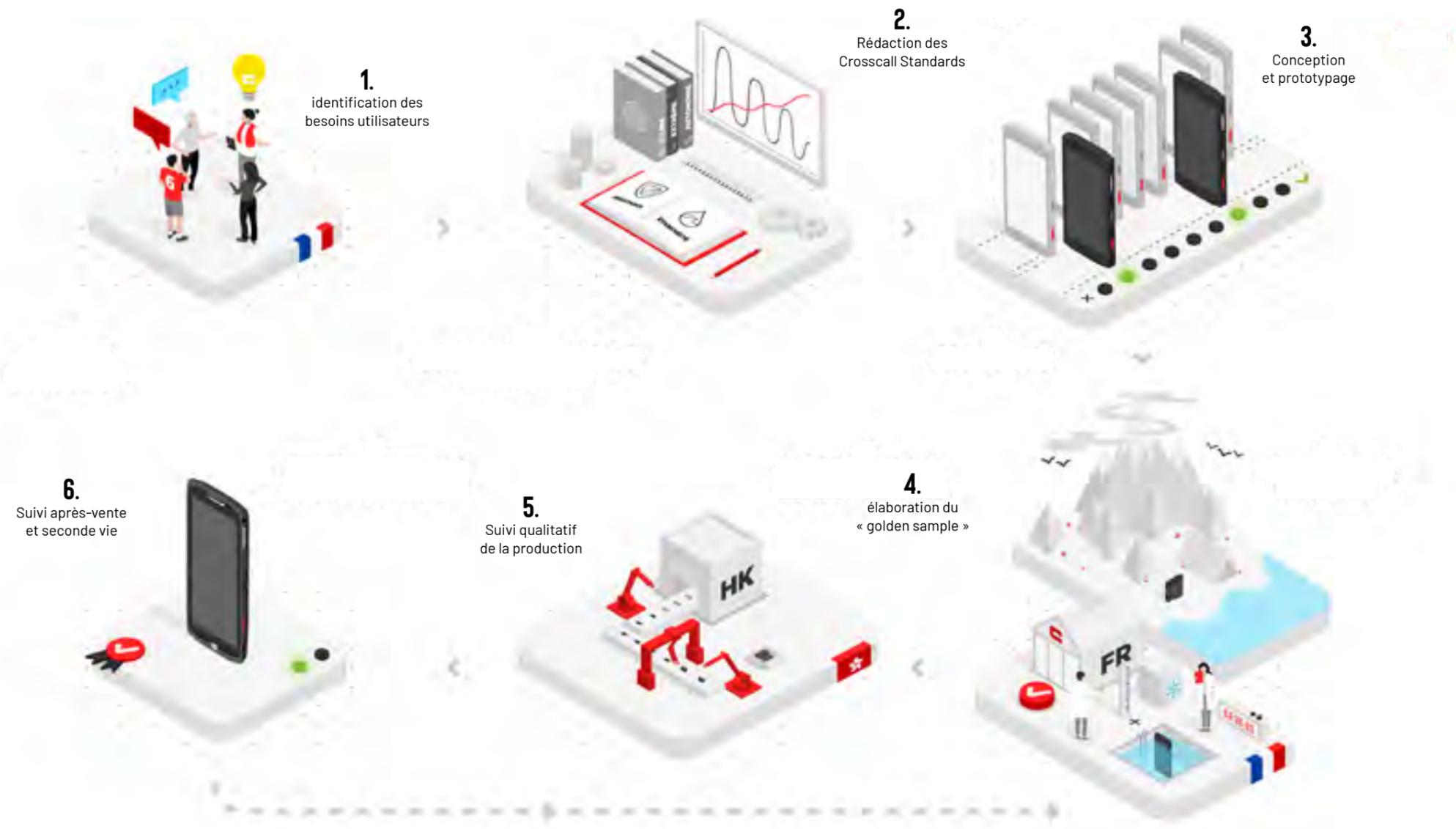
Par cet axe, Crosscall s'engage à lutter contre le réchauffement climatique, à agir avec éthique et déontologie et à garantir la sécurité des produits mis sur le marché.

En 2021, nous avons effectué notre premier bilan carbone qui portait sur les années fiscales 2019 et 2020 et sur l'ensemble du périmètre Crosscall, hors filiales. Ce travail nous a permis de calculer nos émissions de gaz à effet de serre et d'identifier nos principales sources d'émissions. Après avoir mesuré notre impact, des pistes d'action vont être étudiées dans les prochains mois avec notamment un travail sur l'écoconception de nos téléphones.

NOTRE MODÈLE INDUSTRIEL



L'USAGE AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT PRODUIT



> IDENTIFICATION DES BESOINS UTILISATEURS

— LA COMMUNAUTÉ D'INNOVATEURS CROSSCALL

Depuis la création de CROSSCALL, le processus de création se fait avec l'aide des utilisateurs. Nous travaillons en étroite collaboration avec un panel de 2 300 personnes, la "communauté d'innovateurs", à qui nous envoyons des enquêtes destinées à connaître leurs besoins.

Les retours qu'ils nous font sont précieux puisqu'ils seront la base des réflexions autour de la conception des futurs produits.

Dans ce panel se trouvent des utilisateurs de profils variés : certains sont déjà équipés de CROSSCALL, d'autres sont des sportifs ou travaillent dans un environnement outdoor... Cette diversité permet d'appréhender et de répertorier de multiples usages et ainsi de développer des produits qui y répondent, comme l'a toujours fait CROSSCALL.

— À LA RENCONTRE DE NOS UTILISATEURS

Chez CROSSCALL, nous aimons échanger avec nos clients pour mieux les comprendre et mieux appréhender leurs styles de vie. C'est en prenant part à des événements nationaux et internationaux que nous rencontrons régulièrement nos utilisateurs et discutons avec eux de leurs retours sur nos produits actuels et de leurs attentes.



" Nous plaçons les utilisateurs au cœur de nos réflexions. La pertinence de nos solutions réside d'abord dans la compréhension des besoins d'usage, et ensuite dans la réponse technologique. Le Chef de Projet Utilisateurs alimente les Chefs de Produits en insights & verbatims, points de départ de la conception de nos solutions. La force de Crosscall c'est la qualité de notre communauté de personnes engagées, et notre agilité pour répondre aux attentes d'utilisateurs exigeants."

MARC LEBRUN

Manager Conception et Développement Produits

Âge : 41 ans

Sport de prédilection : Télémart

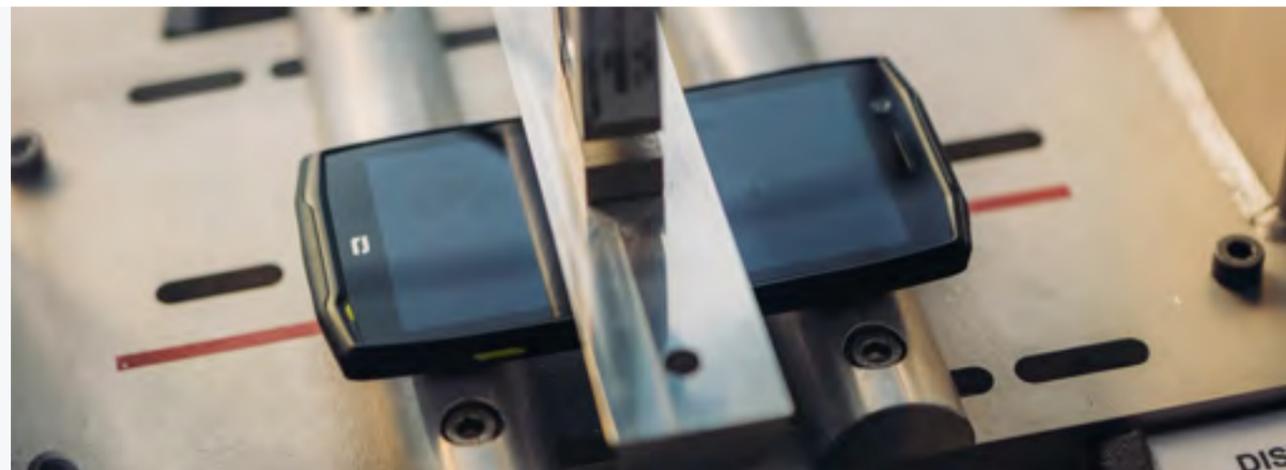
Signe particulier : A été confondu avec un ambassadeur sportif pendant sa première semaine chez Crosscall.



➤ RÉDACTION DES CROSSCALL STANDARDS

Après avoir listé les attentes plus significatives de sa communauté, les ingénieurs CROSSCALL établissent le cahier des charges qui sera envoyé aux usines de fabrication, qu'elles devront suivre à la lettre. C'est dans celui-ci que vont être définis les composants que nous souhaitons intégrer ainsi que les standards de résistance auxquels le nouveau smartphone doit répondre pour être en accord avec l'ADN de la marque.

Le choix des matériaux est primordial pour concevoir un téléphone résistant, étanche et durable. Au fil des années, les ingénieurs Crosscall ont étudié les meilleures options pour trouver le parfait compromis entre robustesse, poids et durabilité.



“Chaque composant du téléphone a été très minutieusement choisi, testé et approuvé. C'est ce qui nous permet de garantir à nos utilisateurs l'étanchéité, la résistance et la longue durée de vie de batterie de nos produits. Pour la batterie par exemple, nous faisons attention de choisir les composants électroniques et les processeurs les moins énergivores afin d'utiliser au minimum l'énergie et garantir à l'utilisateur une grande autonomie.”

PIERRICK CLAVERIE

Apprenti ingénieur mécanique chez CROSSCALL

Âge : 24 ans

Sport de prédilection : Triathlon

Signe particulier : On l'appelle le bourreau des téléphones



CONÇU POUR DURER

1

La coque du téléphone est fabriquée en matériaux composites, constitué de plastique chargé en fibres de verres.

Grâce à ce mélange, la dureté du matériau augmente et donc sa résistance aux chocs et aux rayures.

2

Grâce à une technique de moulage dite de co-injection, les angles et les parties hautes et basses du téléphone sont fabriqués en polyuréthanes thermoplastiques (TPU). En se déformant lors de l'impact, ce revêtement amortit le choc et limite la diffusion de l'onde de choc dans le téléphone.

3

Une fine couche de mousse polymère est placée sous l'écran afin d'amortir le choc et de protéger l'écran en cas de chute.

4

Un cache métallique ainsi qu'un cache en matériaux composites renforce la protection des circuits électroniques.

5

Une plaque interne en magnésium assure la rigidité du téléphone. En étant maintenue grâce à une sur-injection en TPU, c'est la rigidité globale du téléphone qui augmente et donc sa résistance à la flexion, à la torsion et aux chutes.

6

Les barres en aluminium situées sur les côtés du téléphone lui assurent une protection supplémentaire contre les chocs.

7

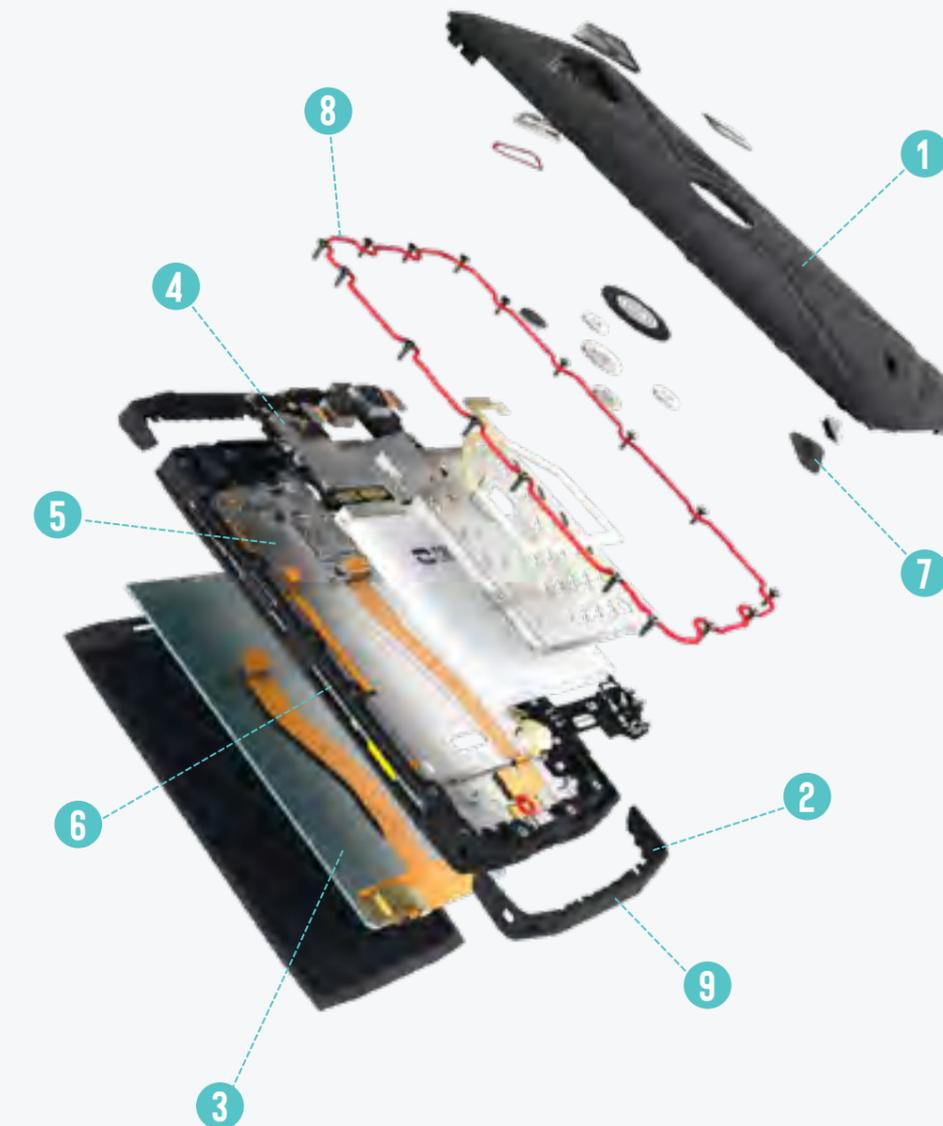
Des membranes polymères protègent les éléments audio (microphone, écouteur et haut-parleurs). Elles sont imperméables aux liquides et à la poussière mais laissent passer l'air et donc le son.

8

Un joint polymère garantit l'étanchéité entre la face avant et la face arrière du téléphone.

9

Des capuchons étanches en élastomère protègent l'ensemble de la connectique et garantissent l'étanchéité totale des connecteurs du téléphone.

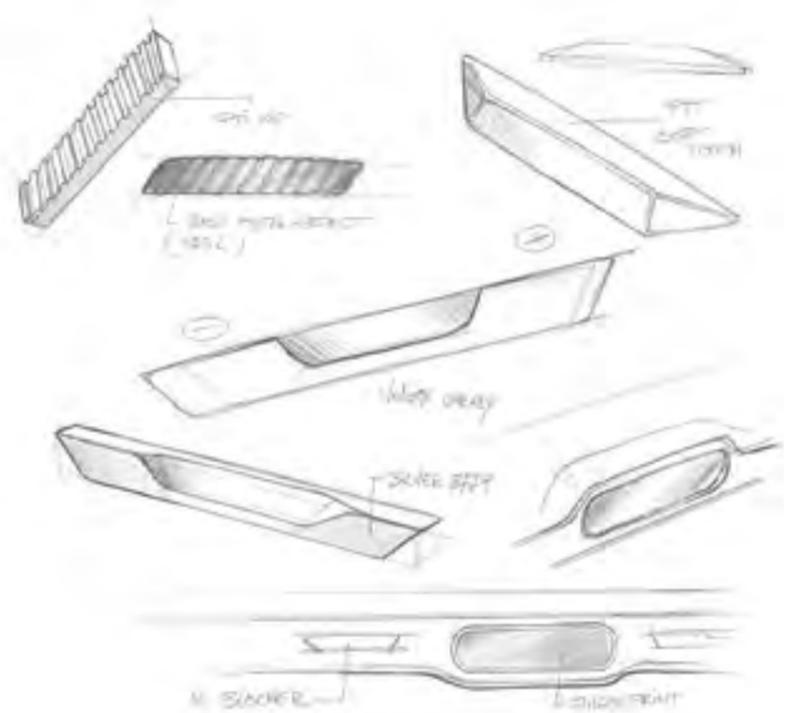


> CONCEPTION ET PROTOTYPAGE

Une fois le cahier des charges validé avec les usines partenaires, les équipes s'attaquent au design du smartphone afin de lui donner l'apparence et l'ergonomie qui séduira l'utilisateur. Cette étape n'est pas la plus simple : en effet, les contraintes liées aux standards de résistance CROSSCALL donnent du fil à retordre aux équipes.

— UN SMARTPHONE FORT DANS UN CORPS FIN

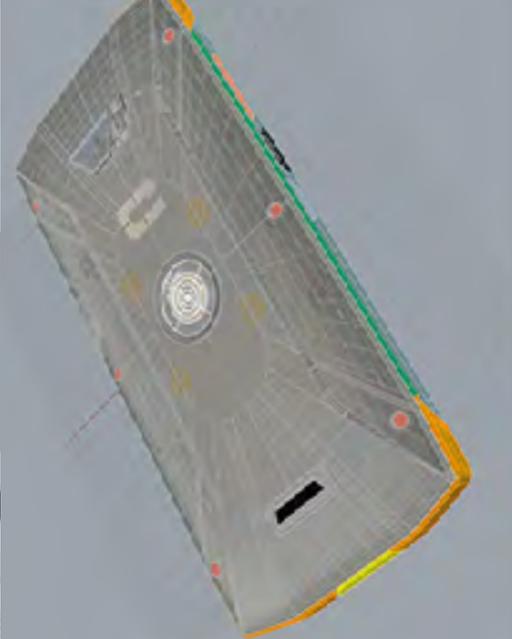
Toute la difficulté de notre équipe design est d'arriver à concevoir un smartphone fin et léger qui saura se glisser facilement dans une main ou dans une poche tout en étant capable de résister aux chocs les plus violents. Depuis 13 ans, nos équipes n'ont cessé de travailler pour proposer à nos utilisateurs un parfait compromis entre force et finesse.



> C'est sur une feuille de papier que commence tout le travail de design



> Les maquettes sont ensuite réalisées en 3D sur ordinateur



— DES PACKAGING PLUS RESPONSABLES

Soucieux de réduire notre impact sur l'environnement, nous avons décidé de ne plus utiliser de plastique dans les emballages de nos produits. Ils sont aujourd'hui en carton et, grâce à un format plus compact, il nous est possible d'en transporter plus, ce qui permet de réduire notre empreinte carbone lors de leur acheminement.



Réalisés grâce à une imprimante 3D, les premiers prototypes permettent d'évaluer l'ergonomie du futur smartphone.



" C'est un challenge permanent mais c'est toujours une immense fierté de dessiner un produit élégant inspiré par nos utilisateurs et qui respecte les promesses liées aux standards de résistance. Le design est au service des promesses faites aux usagers et c'est ce qui en fait un produit Crosscall . "

FRANÇOIS ROCHAIS

Lead designer

Âge : 37 ans

Sport de prédilection : Roller

Signe particulier : A designé les 5 derniers téléphones et la 1^{ère} tablette Crosscall

➤ ÉLABORATION DU « GOLDEN SAMPLE »

Les premiers prototypes sont envoyés en laboratoire afin de subir des tests (Drop-test, test de flexion, test d'étanchéité...) visant à vérifier qu'ils sont conformes aux attentes des équipes R&D CROSSCALL.

En parallèle, des prototypes vont également être envoyés à la communauté d'innovateurs afin qu'ils puissent tester le smartphone en conditions réelles. Après plusieurs allers-retours et plusieurs prototypes,

les équipes choisissent celui qui répond le mieux aux attentes : le « Golden Sample ».

Dans nos locaux d'Aix-en-Provence, nous avons conçu le X-LAB. Un laboratoire nous permet de tester sur l'ensemble de nos produits nos promesses originelles et de pousser toujours plus loin la qualité de conception de nos produits.



“ Ils ne font aucun cadeau aux smartphones ! C'est pour cela que c'est très intéressant de travailler avec cette communauté. Ils insistent sur les promesses des produits et il nous arrive d'identifier des zones de fragilité pendant les phases de tests. Le but : échanger avec l'utilisateur, identifier l'utilisation ayant mis en évidence la faiblesse et ainsi, corriger le produit jusqu'à obtenir le produit final qui sera commercialisé. ”

DAMIEN LAGIER

Chef de projet tests d'usages

Âge : 26 ans

Sport de prédilection : Wakeboard

Signe particulier : Anime quotidiennement la communauté d'innovateurs.



— DES STANDARDS PLUS ÉLEVÉS QUE LA CONCURRENCE

Chez CROSSCALL, nous mettons à rude épreuve nos produits en leur faisant passer une batterie de tests de résistance et d'étanchéité, dont 15 de la norme militaire MIL STD 810G (cette norme ne concerne que certains produits) en laboratoire destinés à s'assurer qu'ils correspondent bien aux CROSSCALL standards.

Contrairement à la majorité de nos concurrents, nous testons l'étanchéité d'un téléphone après avoir testé sa résistance : nous voulons ainsi nous assurer que nos téléphones ne sont pas seulement étanches à la sortie de l'usine mais tout au long de leurs cycles de vie.

Parce que nos utilisateurs ont le droit de vivre intensément sans se soucier des dommages subis par leur téléphone.



— DES TESTS GRANDEUR NATURE

Parce que nos téléphones sont destinés à performer dans des environnements hostiles, nous testons également nos smartphones sur le terrain. Les membres de la « communauté d'innovateurs » interrogés au tout début de la phase de conception, vont recevoir les premiers prototypes. Les équipes R&D vont alors les questionner sur leurs premières impressions, leurs avis sur le design ou la prise en main des smartphones.

Ils vont ensuite pouvoir les tester au quotidien, au cours de leurs activités personnelles ou professionnelles, afin de vérifier que nos smartphones résistent et performant dans des situations d'usage réelles. L'ensemble de ces retours vont permettre de façonner ce que l'on appelle le « golden sample », l'échantillon de référence, validé par les équipes Crosscall, qui va être le modèle de référence pour la production.



— LE X-LAB, NOTRE LABORATOIRE DE CRASH-TESTS INTERNALISÉ

Dans nos locaux d'Aix-en-Provence, nous avons conçu le X-LAB. Un laboratoire qui nous permet de tester sur l'ensemble de nos produits nos promesses originelles et de pousser toujours plus loin la qualité de conception de nos produits. Doté de machines innovantes destinées à reproduire des situations d'utilisation extrêmes (étanchéité à 2 mètres, casse écran, flexion, résistance aux températures...), il a pour but de repousser les limites des produits de la marque en matière de durabilité. Ces tests viennent ainsi en complément de ceux pratiqués sur le terrain où la communauté d'innovateurs met les produits Crosscall à l'épreuve dans des situations de la vie réelle. Aujourd'hui, ce laboratoire nous permet d'internaliser complètement nos étapes de test et prototypage au sein de notre siège, où sont, où sont conçus l'ensemble de nos produits.



► UN SERVICE CLIENT PROCHE DES UTILISATEURS



Le nouveau smartphone CROSSCALL est alors mis sur le marché mais l'histoire ne s'arrête pas là. Soucieux que nos produits durent et performant dans le temps, nous continuons à les tester tout au long de leur cycle de vie afin de les améliorer de façon continue et proposer une expérience utilisateur toujours plus optimale.

0,23%

Des demandes SAV concernent la casse des écrans contre plus de 60% pour les autres marques.*

* Enquête réalisée par UFC Que Choisir auprès de 1704 personnes abonnées à sa newsletter.

— UNE ÉQUIPE PROCHE DE VOUS

Si CROSSCALL est passée de start-up à scale-up en une décennie, la marque s'attache à conserver son côté humain. Chaque personne, chaque collaborateur participe activement au développement des produits et s'implique dans toutes les étapes.

Le Service Client, basé en France, symbolise cette continuité puisqu'il est quotidiennement en contact direct avec les clients finaux et conserve cette proximité.



“Au Service Client, nous traitons directement avec les utilisateurs. Un échange continu très intéressant puisque la plupart des retours concernent des choses précises que l'on peut améliorer et corriger.

Ça a toujours été très important pour CROSSCALL de rester proche de ses usagers afin d'être réactif et efficace. Je pense que cette proximité crée un rapport de confiance et, je crois, un sentiment d'attachement des clients envers CROSSCALL.”

SALLY COPLEY

Service client international

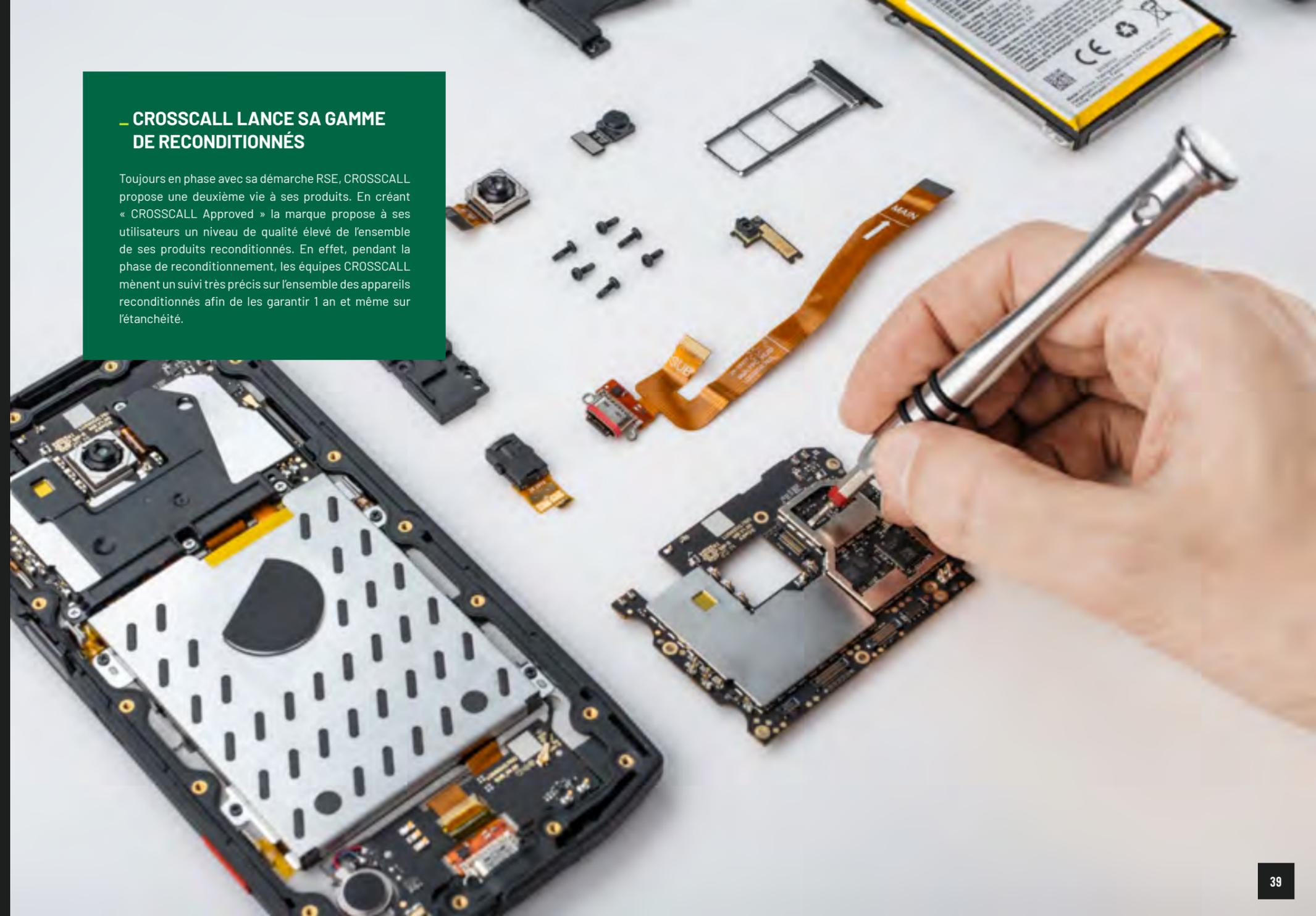
Âge : 50 ans

Sport de prédilection : Danses latines

Signe particulier : Parle français, anglais et espagnol

— CROSSCALL LANCE SA GAMME DE RECONDITIONNÉS

Toujours en phase avec sa démarche RSE, CROSSCALL propose une deuxième vie à ses produits. En créant « CROSSCALL Approved » la marque propose à ses utilisateurs un niveau de qualité élevé de l'ensemble de ses produits reconditionnés. En effet, pendant la phase de reconditionnement, les équipes CROSSCALL mènent un suivi très précis sur l'ensemble des appareils reconditionnés afin de les garantir 1 an et même sur l'étanchéité.



NOS PRODUITS

— DES AVENTURIERS DU QUOTIDIEN AU MONDE DE L'ENTREPRISE

CROSSCALL est aujourd'hui divisé en deux gammes bien distinctes. La gamme ACTION ainsi que la gamme CORE. Si la gamme ACTION est davantage destinée au grand public avec des produits pensés pour accompagner les utilisateurs dans toutes leurs

aventures et les pousser à sortir, la gamme CORE est composée de produits destinés à tous les professionnels issus du monde de l'entreprise avec des appareils adaptés à leurs besoins et leurs problématiques.

► UN BESOIN COMMUN, DES USAGES DIFFÉRENTS

DIFFÉRENCE & DURABILITÉ

CORE



La gamme pour les entreprises et professionnels.

ACTION



La gamme pour tous ceux qui vivent intensément.

ECOSYSTÈME ACCESSOIRES X-LINK

APPLICATIONS

SOLUTIONS ENTREPRISE

1. SOLUTION LOGISTIQUE

La solution SCAN Crosscall propose différents équipements/appareils accompagnés d'accessoires et d'applications afin de proposer une solution crédible, fiable et ergonomique face aux modèles actuels dédiés au SCAN qui représentent un coût important tout en limitant la

mobilité. Ainsi CROSSCALL, permet aux professionnels d'assurer les rotations de leurs équipes, l'outil dispose également d'une importante autonomie afin de s'imposer comme la solution complète et économique empreinte des valeurs CROSSCALL.



2. COMMUNICATION D'ÉQUIPE

Aujourd'hui, le marché de la PMR, est un marché proposant peu d'alternatives face aux solutions existantes tandis que les outils proposés sur le marché présentent des limites. Une fin de vie programmée ou encore des bandes vieillissantes pour les systèmes de moyen radio. Le risque? Une mauvaise coordination d'équipes de nature à faire peser un danger pour l'entreprise ou la population.

C'est pourquoi CROSSCALL propose aujourd'hui aux professionnels, des produits dédiés à la solution PMR (Private Mobile Radio) et compatibles avec les bandes de fréquences spécialisées.

En optant pour la solution CROSSCALL, des appareils résistants, étanches et durables, les professionnels ont accès à ces réseaux performants ainsi qu'une localisation et coordination de leurs équipes en temps réel.

De ce fait, CROSSCALL répond aux missions critiques comme aux appels professionnels à destination de communication privée ou de business grâce à son application métier X-TALK et l'intégration d'applications partenaires parmi les meilleures du marché.

3. SÉCURISER LES ÉQUIPES

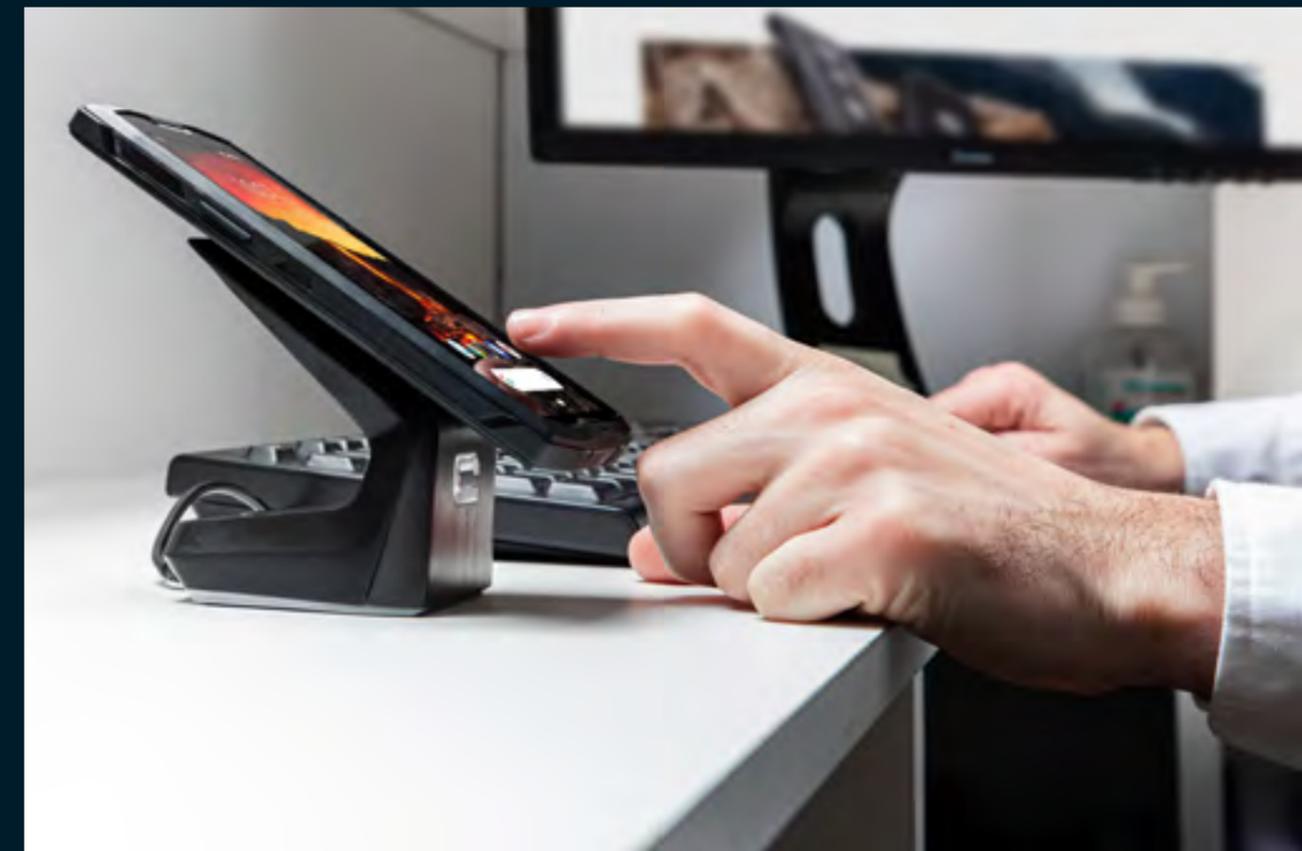
La sécurité des collaborateurs est un enjeu primordial de la vie des entreprises. La solution PTI Crosscall permet à tous les chefs d'équipe de s'assurer en temps réel des bonnes informations (précision de localisation optimale en indoor et outdoor) et prévenir la survenance d'un collaborateur en danger. La solution CROSSCALL supportée par les réseaux performants (4G et PMR), est dotée de déclenchements actifs et passifs qui, à terme, permettent de sécuriser des vies humaines.

Les boutons programmables (déclenchements actifs) ainsi que les capteurs gyroscope et l'accéléromètre (déclenchements passifs), intégrés directement dans nos téléphones offrent une solution complète, réactive et sûre permettant aux professionnels d'exercer leur activité sans stress.

4. REMPLACEMENT DES LIGNES FIXES

La gestion du réseau et de la mobilité est une question centrale du monde de l'entreprise. Aujourd'hui, CROSSCALL propose aux professionnels de remplacer tous leurs postes DECT par un smartphone ou une tablette et abroger ainsi les limites de portée. S'adapter à l'évolution technologique et se rendre joignable partout et n'importe quand est désormais chose possible grâce à un seul et unique appareil durable, résistant et étanche.

Par ses appareils, CROSSCALL fournit une solution actuelle et pérenne compatible avec les réseaux nouvelle génération déjà disponibles sur sites (Wi-Fi et 4G) et qui répondra à un maximum de fonctionnalités tout en réduisant les coûts d'acquisition et de maintenance.



CROSSCALL S'EST ENGAGÉ SUR 3 ANS POUR ÉQUIPER LES AGENTS SNCF



En 2019, Crosscall a remporté l'appel d'offres pour équiper les agents de la SNCF avec des TREKKER-X4. Ainsi, ces **21 500 smartphones ont été déployés** entre les agents de la Relation Client Voyages, TGV, TER et Intercités. Ce contrat établi pour une durée de 3 ans a mis en lumière le savoir-faire technologique de Crosscall et cette signature a marqué une véritable étape dans le déploiement de la marque sur le marché professionnel.

La durabilité des smartphones Crosscall a été un élément clé pour remporter l'appel d'offres. En effet, la durée de l'opérationnalité de la batterie de ses appareils a été estimée à 39 mois, soit 12 mois de plus que tous les autres concurrents (test effectué par le laboratoire Greenspector afin d'estimer la durée de vie des batteries de différentes marques). Crosscall a été également choisie grâce à ses résultats sur les tests terrain en conditions réelles d'usage où les smartphones ont été mis à l'épreuve pendant deux mois par un panel d'utilisateurs représentatifs de tous les métiers.

" Alors que nous entamons en 2022 la dernière année prévue du marché avec Crosscall, le bilan que nous pouvons faire des deux premières années d'usage des matériels Trekker-X4 est particulièrement positif.

Les performances attendues à travers ce choix « inédit » ont été respectées et le sont encore aujourd'hui tant d'un point de vue opérationnel qu'économique.

Un audit récent réalisé sur un échantillon de matériels prélevés sur le terrain montre qu'en dépit de deux années d'usage souvent intensif « l'usure » est peu marquée et les performances restent de haut niveau.

Ce constat d'une efficacité intacte, allié à un taux de SAV faible et en deçà de ce que nous avions prévu vont nous permettre de pousser l'usage d'une année supplémentaire.

Cette durabilité avérée est un atout dans la mise en application de nos ambitions environnementales."

BENOIT PASQUIER,

DSI PERSONNELS ROULANTS - DIVISION TRAIN - PÔLE MOBILITÉ - SNCF

UNE FLOTTE DE PLUS DE 220 000 TERMINAUX POUR ÉQUIPER LA GENDARMERIE ET LA POLICE NATIONALE

En 2021, Crosscall et Orange Business Services ont remporté le plus gros appel d'offres européen : la flotte de la Gendarmerie et de la Police nationale.

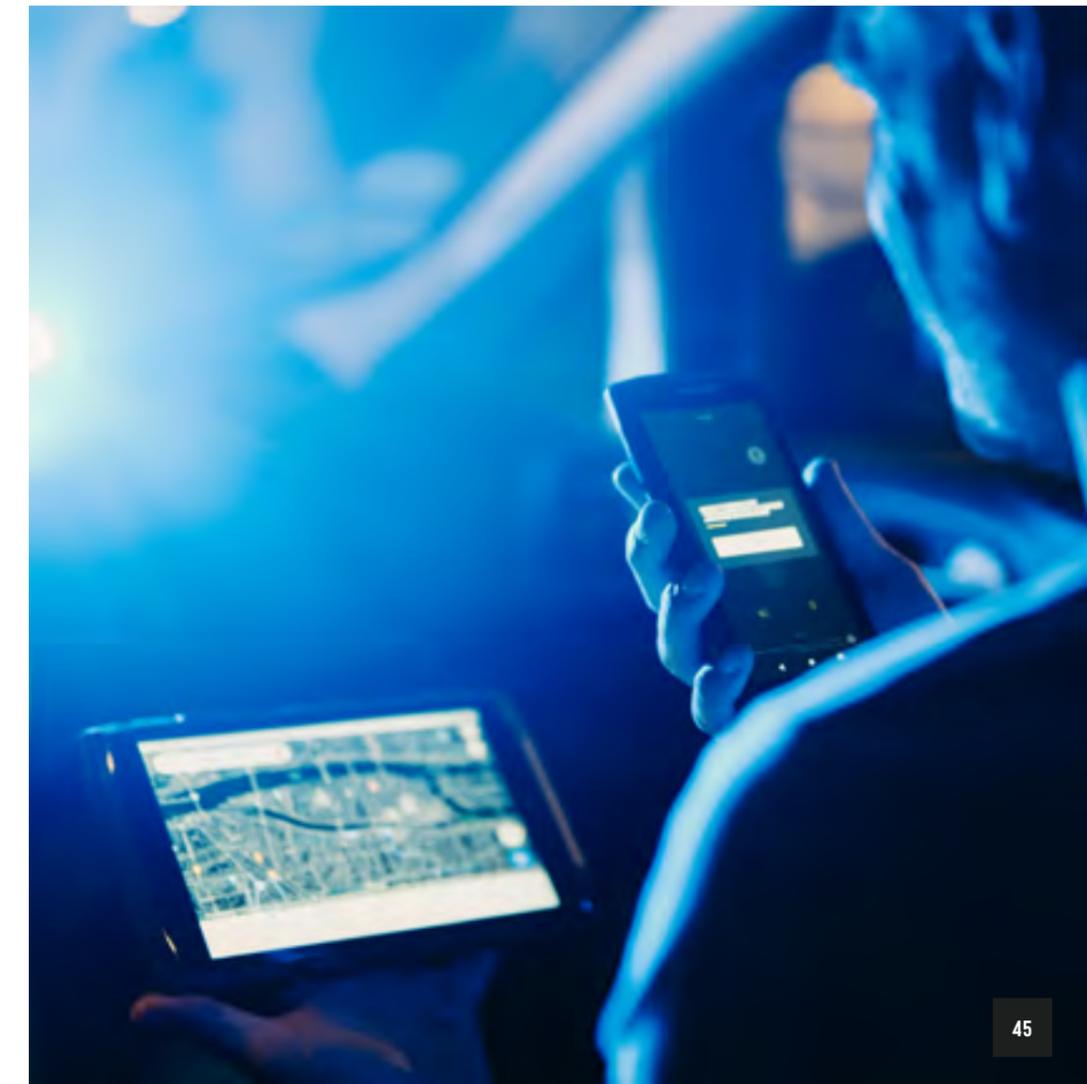
220 000 terminaux afin d'équiper ces forces de l'ordre dans l'exercice de leurs missions et mettre en place une solution de télécommunication mobile dédiée qui réponde à un usage intensif dans un domaine où la moindre défaillance technologique peut entraîner des conséquences irréversibles.

Les terminaux Crosscall, CORE-X4 NEO et CORE-T4 NEO, ont été choisis grâce à leur compatibilité avec les normes Private Mobile Radio/ Public Safety pour assurer une connectivité

performante et sécurisée.

La qualité des terminaux Crosscall ainsi que la capacité de cette dernière à adapter le système d'exploitation Android aux applicatifs spécifiques du ministère de l'Intérieur ont été des facteurs décisifs pour remporter ce marché public. Ce qui a également permis de démontrer la compétitivité de l'alliance Crosscall-Orange qui a su incarner à merveille l'intelligence économique à la française dans un contexte pourtant très concurrentiel.

Une belle promesse pour l'avenir et la conquête d'autres marchés stratégiques en France comme à l'étranger.



GAMME CORE



CONÇU POUR VOS MÉTIERS

La gamme CORE est une gamme de smartphones et tablettes, conçue pour les professionnels. Ainsi nous proposons des modèles parfaitement adaptés aux conditions les plus exigeantes et

compatibles avec les différentes applications métiers qui facilitent le quotidien des professionnels.

CORE-T4

LA TABLETTE TOUT-TERRAIN CERTIFIÉE AER

Tous les professionnels souhaiteraient emmener leur bureau avec eux lorsqu'ils sont en déplacement. Ils peuvent aujourd'hui compter sur la toute première tablette CROSSCALL. Faisant partie des premières tablettes au monde certifiées AER (Android Enterprise Recommended), elle permet au professionnel quel que soit son secteur d'activité d'embarquer avec lui « son bureau » et d'être proactif.

Via sa connectivité WIFI et 4G+, l'utilisateur est connecté et réactif quel que soit l'endroit où il se trouve, le tout sans craindre de tomber en panne de batterie.

En effet, le CORE-T4 embarque une batterie de 7000 mAh, de quoi supporter aisément une journée d'utilisation continue (mails, Youtube, navigation sur le Web...).



Design ergonomique

Écran 8" - 14mm d'épaisseur
Photo 13mp - front cam accessoires x-link compatibles



Travailler toute la journée sans recharger

Batterie de 7000 mAh



Connecté où que vous soyez

Connectivité Wifi et 4G+

3 ANS

Garantie constructeur



android
enterprise
recommended

CORE-X4

LE SMARTPHONE PROFESSIONNEL PERSONNEL

Efficace à tous points de vue, le CORE-X4 a été conçu le plus ergonomique possible pour allier sécurité et praticité. Grâce à ses 2 boutons programmables, l'utilisateur peut assigner une application PTT (1) et utiliser son smartphone comme un talkie-walkie tout en se sécurisant dans son activité puisqu'il peut configurer le second bouton sur une solution PTI (2).

Le CORE-X4 embarque un appareil photo de 48MP FUSION4. Un objectif qui capture fidèlement l'environnement qui vous entoure et ce, même en basse luminosité.



Usage professionnel et personnel

Espace pro/perso avec Android 9
double sim + carte sd
Accessoires X-LINK* compatibles (*Magconn Technology)



Des photos nettes, même de nuit

Appareil photo de 48MP Fusion 4



Sécurisez-vous dans votre activité

2 boutons programmables : PTT⁽¹⁾ et PTI⁽²⁾

3 ANS

Garantie constructeur



android
enterprise
recommended



8,8
/10

INDICE DE RÉPARABILITÉ

CORE-M5

UN SMARTPHONE POLYVALENT CERTIFIÉ AER

Certifié AER (Android Enterprise Recommended) et équipé avec le processeur Qualcomm® SM6115 Octo-core, le CORE-M5 garantit une expérience fluide et optimale dans le cadre professionnel comme personnel. Son écran compact de 4,95", 18:9, lui offre le parfait équilibre entre prise en main facile et bonne lisibilité. Ses deux boutons programmables, conçus afin de faciliter leur utilisation en particulier avec des gants, permettent d'accéder très rapidement à certaines fonctions de votre téléphone sans avoir à le déverrouiller, via une simple pression. Le CORE-M5 peut ainsi être utilisé comme un talkie-walkie grâce à l'application CROSSCALL X-TALK afin d'échanger de façon instantanée et simultanée avec plusieurs personnes. Avec un indice de réparabilité de 8,8/10, le CORE-M5 affiche une des meilleures notes du marché, reflétant la volonté de la marque d'offrir à ses utilisateurs des téléphones toujours plus durables.



Un concentré de puissance dans un format optimal

Indispensable pour supporter une utilisation simultanée d'applications variées



Prise en main facile et rapide

Écran 4,95" lumineux, haut-parleur 100dB, boutons programmables et facilement accessibles



Une solution pour le long-terme

Garantie 3 ans, smartphone réparable, norme militaire MILSTD-810H, longue durée de batterie

5 ANS

Garantie constructeur



android
enterprise
recommended

8,8
/10

INDICE DE RÉPARABILITÉ

CORE-S4

LE PREMIER FEATURE PHONE 4G DE CROSSCALL

Le CORE-S4 est le modèle innovant et hybride entre le téléphone à touches et le smartphone : il intègre le système d'exploitation KaiOS qui permet d'avoir accès aux applications les plus répandues (WhatsApp, Facebook...). Doté de la technologie exclusive X-LINK, une connexion magnétique située au dos du téléphone, le CORE-S4 est compatible avec l'ensemble des accessoires développés par la marque.

Un feature phone intelligent qui, par sa compacité, son autonomie et sa résistance saura répondre aux besoins des entreprises en pleine transition numérique. Le CORE-S4 reprend les fonctionnalités principales du DECT : grâce aux technologies VOLTE et VOWIFI, la mobilité est assurée, il bascule directement du réseau WIFI à la 4G.

4G

Le trait d'union entre le smartphone et le mobile

Connexion 4G, WI-FI et l'accès au KaiOS Store



Durabilité, la quintessence de l'ADN CROSSCALL

Batterie de 2300 mAh, garantie 3 ans, MIL STD810H



Pensé pour un confort d'utilisation optimal et ergonomique

Format compact 140x62x14,4mm et léger 153g

3 ANS

Garantie constructeur

ENTRETIEN AVEC DAVID EBERLÉ

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTÉE DE CROSSCALL SUR LE MARCHÉ B2B ET B2G ?

Elle est incontestablement le fait de son ADN et se situe à 2 niveaux :

La durabilité de nos terminaux permet à nos clients d'envisager un modèle économique alternatif en planifiant le coût réel d'une flotte dans la durée et pas seulement sur le coût des produits à l'achat. En effet, d'une part la durée de vie exceptionnelle de nos produits autorise un renouvellement plus tardif et un rachat par nos soins des terminaux encore opérationnels à des fins de reconditionnement. Par ailleurs, **le niveau extrêmement faible de casse de par leur nature durable amène à une meilleure maîtrise des surcoûts de remplacement ou de réparation hors garantie.** C'est ce qui dans notre jargon s'appelle le « Total Cost of Ownership » ou coût réel de possession. Dans ce domaine, les données dont nous disposons, nous laissent à penser que nous sommes de loin l'acteur le plus performant du marché.

Notre proximité avec nos clients et la collaboration que nous instituons avec eux, d'une part en amont pour comprendre les usages propres à leurs métiers afin d'adapter nos solutions au mieux et le cas échéant de proposer des produits dédiés, d'autre part au moment du déploiement en mettant en place une assistance technique et un service client sur mesure qui accompagnent le client et les utilisateurs au plus près du terrain, dès la prise en main des produits et ce pendant toute la durée du marché.

QUELLE STRATÉGIE S'EST DONNÉE CROSSCALL EN MATIÈRE DE B2B ?

Nous avons choisi d'avoir une approche par verticale-métier en privilégiant d'abord celles dans lesquelles les usages au quotidien nécessitent des produits particulièrement résistants et adaptés à l'environnement de travail.

A ce stade, la sécurité-défense a représenté notre première priorité. Les terminaux qui composent la gamme CORE sont particulièrement étudiés pour répondre aux besoins exigeants de ce secteur dans la mesure où ils ont été conçus et testés selon des normes très poussées définies avec des professionnels qui exercent des missions

" CROSSCALL EST DEVENUE LA 3^{ÈME} MARQUE B2B EN FRANCE "

DAVID EBERLÉ

Vice-Président de CROSSCALL

de terrain (pompiers, membres des corps d'élite de la police et de la gendarmerie, militaires...). En accumulant les commandes de flottes plus ou moins importantes dans cette verticale, nous capitalisons également de l'expérience qui nous aide à faire évoluer nos produits. Pour exemple, avoir été amené à équiper les services d'intérêt vital dans le cadre du marché PC Storm, nous a permis dans le cadre du marché NEO2 de faire bénéficier les forces de gendarmerie et de police d'une solution d'autant plus performante. Et il est probable que le déploiement de cette dernière flotte, l'une des plus conséquentes d'Europe puisque nous parlons de l'équipement de plus de 200 000 professionnels exerçant des missions qui mettent le matériel à rude épreuve, nous permettra de parfaire encore les solutions que nous serons amenés à proposer à nos clients dans l'avenir.

Cette approche par verticale est valable pour d'autres secteurs, que ce soit celui des transports avec les flottes de la SNCF, de Transport Lahaye ou de Transport Mauffrey, celui des services avec le marché Carglass ou

encore celui de la santé où pour exemple nous avons été choisis par une institution comme l'Assistance Publique des Hôpitaux de Paris (APHP).

L'autre axe essentiel de notre stratégie a constitué à nouer des partenariats techniques avec de grands acteurs de la télécommunication comme Orange, Atos ou encore Thalès mais aussi à des fournisseurs positionnés sur des technologies très spécifiques. En effet, les grandes flottes appellent des réponses dans lesquelles les équipements que nous proposons (terminaux, écosystème d'accessoires et applicatifs embarqués) ne sont qu'un élément d'une solution globale de télécommunication mobile. Et c'est aussi notre capacité à concevoir des produits parfaitement compatibles à ce type de solutions portées par des consortium, qui a fondé notre crédibilité notamment dans le secteur du B2G. La pertinence de notre réponse au titre de NEO2 illustre à merveille cette problématique. En effet, il ne s'agissait pas là de se contenter de proposer des terminaux et des accessoires performants mais également d'être

en capacité d'aménager la version initiale du système d'exploitation Android de façon à ce qu'il puisse faire tourner certains applicatifs spécifiques aux usages de la police et de la gendarmerie. Ce qui impliquait évidemment

de se doter en interne des compétences nécessaires au niveau software.

COMMENT A ÉVOLUÉ VOTRE PART DE MARCHÉ DANS CE DOMAINE CES DEUX DERNIÈRES ANNÉES ET QUELLES SONT VOS PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT ?

Pendant ses premières années Crosscall a d'abord ciblé les particuliers amateurs de sport outdoor ainsi que les artisans et les petits entrepreneurs. Notre implication réelle dans le marché des moyennes et grandes entreprises ainsi que des administrations remonte effectivement à un peu plus de 2 ans avec la constitution d'une équipe technico-commerciale dédiée et plus globalement la mobilisation de tous les secteurs de l'entreprise sachant que le B2B et le B2C sont deux métiers différents qui d'ailleurs renvoient à des modèles économiques également différents.

Cela s'est très rapidement ressenti dans notre croissance puisque dans la période nous sommes passés d'une part très marginale de notre chiffre d'affaires jusqu'à atteindre lors de l'année précédemment écoulée, 50 % de ce dernier via le B2B. Dans la continuité de cette dynamique, le B2B/B2G devrait pour la première fois être majoritaire. Ce mode de distribution

est donc devenu essentiel pour Crosscall qui est devenue la 3ème marque B2B en France. Cette évolution rapide se ressent d'ailleurs dans le développement qu'est en train de connaître notre gamme CORE désormais en capacité de couvrir la diversité des besoins et des modèles économiques recherchés par les entreprises et les administrations.

Il n'en reste pas moins qu'à ce stade, il y a encore de nombreuses verticales-métier à investir. Je pense notamment au secteur de la logistique, des travaux publics mais aussi à celui de l'Éducation notamment les marchés d'équipement des collèges et lycées en tablettes. Nous nous intéressons également aux flottes que sont amenées à déployer les grandes entreprises qui exercent des missions de service public. Sur ce plan la durabilité de nos produits ainsi que l'effort que nous sommes en train de consentir de façon à proposer avec nos partenaires des solutions de plus en plus souveraines sur un plan industriel, devraient représenter des atouts supplémentaires face à la concurrence asiatique.

Par ailleurs, nous sommes également positionnés sur le marché européen et africain où nous avons remportés de premières victoires et où d'autres devraient suivre sachant que la notoriété de nos produits a désormais dépassé les frontières françaises et intéresse de plus en plus les entreprises étrangères.

En résumé, on peut dire que la poursuite de sa progression dans le B2B/B2G est à moyen terme l'une des clefs de l'avenir de Crosscall.

" LA NOTORIÉTÉ DE NOS PRODUITS A DÉSORMAIS DÉPASSÉ LES FRONTIÈRES "

LIFE IS BETTER IN ACTION

Avec la gamme ACTION, nous faisons notre retour sur le terrain du grand public en proposant des smartphones spécifiquement pensés pour l'action et le mouvement embarquant d'excellents appareils photos et proposant une expérience vidéo unique.

À l'image du TREKKER-X4, le premier smartphone à embarquer une ACTION-CAM directement dans son design. En dévoilant cette gamme, nous souhaitons mettre entre les mains de nos utilisateurs des smartphones qui n'ont qu'un seul but : les emmener dehors.



ACTION-X5

LE SMARTPHONE AVEC ACTION-CAM INTÉGRÉE

L'ACTION-X5 est le téléphone du mouvement, conçu pour être le compagnon idéal partout, tout le temps et par toutes les conditions. Pensé comme un photo/vidéo phone il est équipé de deux action cam, une à l'arrière de 48MP angle de 88° et 120° à laquelle s'ajoute une caméra selfie de 13MP ultra grand angle 120°.

Conçu avec un écran au format 5.45" 18:9, l'ACTION-X5 offre une visibilité confortable et une prise en main idéale sans limiter les mouvements de l'utilisateur. Possédant un design atypique et s'inspirant des codes du sport et de l'évasion, ses textures lui confèrent une résistance capable de lui permettre d'affronter les conditions hostiles rencontrées en extérieur.

Garanti 3 ans, il a été pensé pour durer dans le temps et coche toutes les cases de l'appareil durable. De plus, l'ACTION-X5 a passé les 15 tests de la norme américaine MIL STD 810H, est certifié IP68 et intègre une batterie de 3850mAh pour accompagner l'utilisateur dans le temps.

5 ANS Garantie constructeur

8,8 /10
INDICE DE RÉPARABILITÉ

android entreprise recommended

Pour capturer chaque instant
CAMERA 123° BACK + SELFIE, DASHCAM, HYPERSTAB, X-CAM, X-STORY



Ergonomique avec un design unique
Singularité, écran 5.45" 18:9, boutons programmables



Fait pour durer dans le temps
Étanche, résistant, endurant

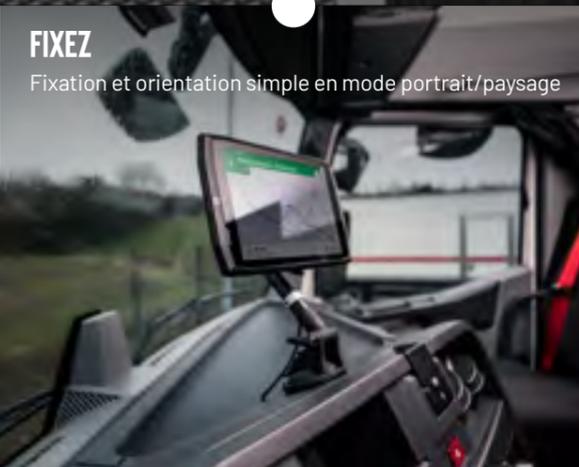


ÉCOSYSTÈME D'ACCESSOIRES X-LINK

Pour aller plus loin dans l'expérience outdoor, Crosscall a conçu tout un écosystème d'accessoires créés en harmonie avec l'ensemble des smartphones. Les accessoires viennent décupler l'expérience utilisateur et sont en adéquation avec le positionnement outdoor de la marque. Ils encouragent l'utilisateur à sortir, filmer ses aventures et immortaliser ses souvenirs.

L'utilisateur peut passer d'un accessoire à l'autre en un clin d'œil. En effet, accessoires et téléphones partagent une technologie commune : X-LINK*.

Un aimant magnétique intelligent permettant aussi bien de fixer les accessoires (avec l'aide complémentaire du X-BLOCKER), que de recharger le téléphone et transférer des données.



FIXEZ

Fixation et orientation simple en mode portrait/paysage



TRANSFÉREZ

Plus besoin de câbles !



CHARGEZ

Recharge rapide et efficace

APPLICATIONS



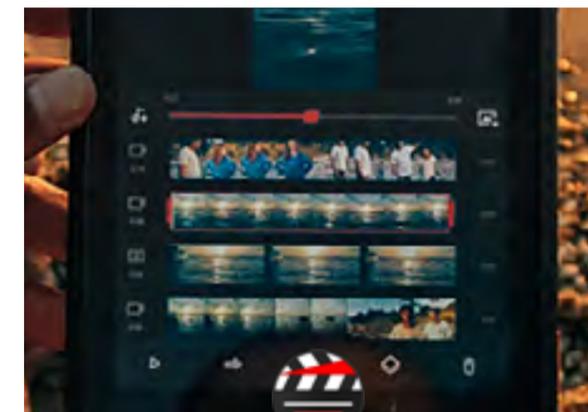
X-CAM

La X-CAM a été conçue pour permettre à l'utilisateur de filmer partout, sous tous les angles (88° et 120°). Développée par les équipes Crosscall, elle répond à un vrai besoin d'avoir une solution simple et optimisée proposant multiples options (dashcam, time lapse, et slow motion) pour capturer des vidéos et des photos à tout moment.

Parmi ces fonctions, la Dashcam est une vraie innovation Crosscall qui permet à l'utilisateur de filmer en continu et d'enregistrer que les dernières secondes souhaitées d'un moment inattendu sans devoir enregistrer la partie de la vidéo qui ne lui intéresse pas.

LE PLUS

La fonction Touch-Lock de Crosscall permet à l'utilisateur de prendre des photos et des vidéos sous l'eau en verrouillant l'écran tactile.



X-STORY

X-STORY est l'application de montage qui permet de transformer instantanément des vidéos et des photos en films.

Cette application permet de varier les angles et réorganiser les séquences afin d'obtenir un film de qualité. La fonction Magnetic Cut permet de sélectionner, couper et recadrer les parties choisies de la vidéo avec précision. Il est possible de rajouter une musique pré-sélectionnée ou de l'importer directement depuis la bibliothèque de l'utilisateur.

LE PLUS

Crosscall a pré-sélectionné 10 morceaux pour faciliter le montage. L'application peut être utilisée partout, les pieds dans l'eau ou même en portant des gants.



X-TALK

L'application X-TALK offre une solution de communication instantanée et facile, compatible avec tous les smartphones CROSSCALL, en transformant le smartphone en talkie-walkie.

Pour les sportifs et professionnels, X-TALK permet de communiquer avec une ou plusieurs personnes de façon simultanée en un seul geste sans devoir s'arrêter dans son activité : il suffit d'appuyer sur le bouton présent sur l'écran du smartphone ou sur le bouton programmable dédié à cet usage.

LE PLUS

X-TALK fonctionne via les réseaux mobile 2G/3G/4G permettant ainsi de communiquer sans limite de distance et partager sa localisation en même temps.

CROSSCALL SAILING TEAM



Crosscall et Aurélien Ducroz, double champion du monde de ski freeride et navigateur, se sont engagés ensemble, en juin 2020 dans une nouvelle aventure : construire un

prototype de Class40 et prendre le départ des plus grandes courses au large. Un partenariat de 3 ans qui les mènera jusqu'à la Route du Rhum en 2022.



LE CLASS40 CROSSCALL : UN PROTOTYPE ALLIANT INNOVATION ET DURABILITÉ

Premier bateau à exploiter la nouvelle jauge de sa catégorie, le Class40 Crosscall est, à l'image de tous les prototypes, un voilier de course au large unique. À la fois plus puissant et plus rapide,

sa structure a nécessité une attention particulière et plusieurs mises à jour de ses plans au fur et à mesure de sa construction afin d'en assurer une plus grande fiabilité.

LA TECHNOLOGIE CROSSCALL AU CŒUR DE LA CONCEPTION

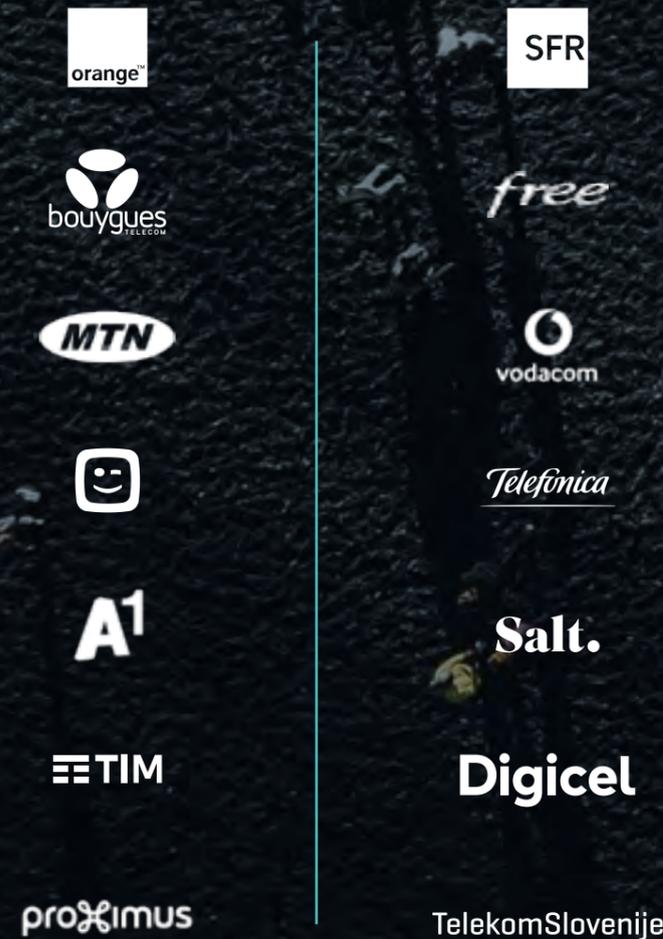
Crosscall et Aurélien Ducroz ont décidé de mettre la technologie de la marque française au cœur de l'électronique présent à bord.

Ultra-résistants et étanches, les smartphones et tablettes Crosscall démontrent ainsi leurs performances dans les environnements les plus hostiles et leur fiabilité face aux imprévus qui sont nombreux quand on s'attaque, comme Aurélien Ducroz, à la course au large.

La tablette CORE-T4 est utilisée comme écran déporté à bord du bateau : Aurélien peut consulter depuis le cockpit et en temps réel l'ensemble des informations délivrées par les instruments de bord. Ainsi, il évite les déplacements superflus et optimise son temps de navigation. Aurélien Ducroz s'est servi également de l'ACTION-X5 pour filmer, monter, et partager ses aventures pendant la Transat Jacques Vabre.

NOS PARTENAIRES

OPÉRATEURS



REVENDEURS



REVENDEURS PRO



REVENDEURS SPORT



B2B



ENTRETIEN AVEC CYRIL VIDAL

EN QUOI CROSSCALL ET SES PRODUITS SE DÉMARQUENT-ILS DE CE QUE PROPOSENT LES AUTRES FABRICANTS DU MARCHÉ DE LA TÉLÉPHONIE ?

Nos produits répondent tous à une logique d'économie fonctionnelle. En ce sens, nous essayons de privilégier au niveau de la conception, les besoins des utilisateurs, les usages qu'ils recherchent ainsi que la durabilité du produit plutôt que de nous inscrire dans la surenchère technologique ou dans des phénomènes de mode sans lendemain. Cette approche permet également de garantir à nos clients un investissement qui soit anticipé et notamment de ne pas être pénalisé par des surcoûts incessants de SAV. Cela ne nous empêche pas pour autant de donner à nos produits une identité esthétique sans compromis.

Je pense que c'est cet équilibre entre performance et sobriété qui est plébiscité autant par les entreprises et les administrations que par les sportifs de l'extrême et au-delà, le

" C'EST CET ADN TRÈS DIFFÉRENCIANT QUI A PERMIS À CROSSCALL DE PROGRESSER EN PART DE MARCHÉ "

CYRIL VIDAL

Président-Fondateur de
CROSSCALL

grand public qui aspire également à être équipé d'un terminal dont le cycle de vie est le plus long possible. C'est cet ADN très différenciant qui a permis à Crosscall de progresser en part de marché dans un univers qui est pourtant de plus en plus recentré autour de quelques immenses multinationales asiatiques ou américaines.

VOUS AVEZ ÉTÉ LA PREMIÈRE MARQUE À GARANTIR VOS PRODUITS PENDANT 3 ANS DANS L'HISTOIRE DE LA TÉLÉPHONIE, COMPTEZ VOUS ALLER PLUS LOIN ?

En tout cas, une des premières marques, oui. Mais cette étape représente pour nous la première pierre d'un projet qui consiste à nous détacher d'une téléphonie axée sur la consommation pour une téléphonie axée sur les besoins des utilisateurs et la durabilité.

Nous savons que si la téléphonie ne sera jamais l'industrie la plus verte, elle ne doit pas s'affranchir de l'évidente urgence qu'il y a de ménager les ressources de notre planète. C'est dans cette logique responsable que nous souhaitons nous inscrire et évoluer.

La durabilité de nos produits et le refus de toute obsolescence programmée, représente aussi un début de réponse aux problématiques environnementales que pose une filière comme celle de la téléphonie mobile. Même si évidemment nous devons continuer à travailler pour faire en sorte que chaque maillon de la chaîne de production et de distribution devienne plus responsable, nous avons fait un premier pas en proposant pour nos produits un packaging plus écoresponsable. Nous avons également mis en place avec notre bureau d'Hong-Kong des process pour nous permettre d'évaluer le

niveau d'implication de nos fournisseurs sur les questions sociales et environnementales. L'idée n'est pas de vérifier mais de garantir qu'à terme, l'ensemble de notre chaîne de production et de diffusion intègre de mieux en mieux les différents enjeux majeurs dans ce domaine.

Il n'y a pas de raison que la téléphonie s'inscrive moins que les autres filières dans une logique d'économie circulaire. C'est aussi à cet effet que nous avons décidé de recentrer une part de notre activité industrielle à Aix-en-Provence. La création du laboratoire de prototypage, nous permettra de disposer d'un outil capable de nous aider à intégrer l'écoconception dans nos produits, par exemple en faisant en sorte d'utiliser de plus en plus de matières recyclables. Par ailleurs, l'unité de reconditionnement que nous sommes en train de développer permettra d'offrir une seconde vie à nos produits et là encore de contribuer à l'effort de préservation des ressources.

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTÉE DE LA « MARQUE EMPLOYEUR » QUE VOUS DÉVELOPPEZ ?

Si la performance économique est essentielle, elle n'a de sens que si elle est aussi un levier de performance sociale. Notre équipe est à taille humaine. Elle est composée d'environ 200 femmes et hommes qui viennent de tous les horizons, de tous les milieux et de toutes les cultures. Si nous donnons leur première chance à beaucoup de jeunes, nous faisons en sorte de toujours veiller à garder un équilibre intergénérationnel, facteur d'ouverture d'esprit, d'épanouissement au travail et de solidarité.

Notre grille de rémunération va largement au-delà de la moyenne pratiquée ailleurs à

compétence et poste équivalent. Chacun bénéficie également d'un intéressement sur le résultat annuel qui est bien supérieur à ce que prévoit les récentes obligations légales faites aux employeurs en la matière. Nous veillons aussi à favoriser l'évolution professionnelle en interne de façon que nos collaborateurs puissent se construire un véritable parcours professionnel dans l'entreprise.

Je rajouterai à cela des mesures de bien-être au travail. Nous avons une salle de sport avec un coach dédié à disposition des salariés ainsi qu'un système de restauration propre qui garantit à chacun de pouvoir se nourrir avec des produits frais à un prix préférentiel sachant que l'entreprise prend en charge une part significative du coût réel du repas.

Cette politique globale permet non seulement à nos collaborateurs d'exercer leurs missions dans les meilleures conditions mais produit également une forte cohésion d'équipe ainsi qu'un attachement à l'entreprise et à son environnement. Les plus grands atouts de Crosscall ont toujours été le talent, l'engagement et l'implication de ses collaborateurs.

QUEL EST LE PUBLIC QUE VOUS CIBLEZ ?

Au début de l'aventure, nous ciblions les professionnels de terrain et les amateurs de sports extrêmes. Au fil de notre développement nous n'avons cessé d'élargir ce cœur de cible. Nos produits sont désormais dédiés à tous les utilisateurs, femmes, hommes de tous âges, qui veulent disposer d'un mobile capable de les accompagner dans toutes leurs activités, professionnelles ou de loisir, et quelles que soient les conditions.

À cet effet, nous nous adressons aux particuliers comme aux petites, moyennes et grandes entreprises ainsi qu'aux administrations. Les derniers marchés d'envergure que nous avons remportés devant les plus grandes marques, comme celui de la Police et de la Gendarmerie,

démontrent que nos produits apportent une vraie plus-value à la fois technologique et économique aux services publics les plus sensibles, y compris dans le cadre de flottes de très grandes dimensions avec tout ce que cela peut impliquer comme exigence de la part de ce genre de clients.

QUELLES SONT LES PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT DE CROSSCALL À MOYEN ET LONG TERME ?

Nous prenons le temps de nous construire pas à pas en fonction d'une stratégie qui est pensée de façon à privilégier le long terme même si comme nous avons pu le constater récemment avec la crise sanitaire et celle des semi-conducteurs, aucune entreprise n'est à l'abri de se voir rattraper par l'actualité. Ce qui implique donc aussi d'être assez agile pour être en capacité de réagir vite si besoin.

A ce stade, notre développement à l'international se poursuit de façon raisonnée en Europe et plus récemment en Afrique avec des résultats de plus en plus intéressants. Nous avons par ailleurs restructuré notre offre en deux gammes distinctes. La gamme CORE qui est orientée sur les usages professionnels et la gamme ACTION qui est d'abord dédiée au grand public. La totalité de nos produits seront renouvelés d'ici fin 2021/début 2022 avec un écosystème d'accessoires dédiés très riche et des modèles de tablettes qui viennent enrichir la gamme CORE.

Désormais, nous allons nous concentrer pendant les trois ans qui viennent sur deux grands chantiers déterminants pour l'avenir de Crosscall :

Sécuriser et diversifier notre modèle industriel en nous dotant d'une R&D et d'un appareil de production à Aix-en-Provence afin de constituer un écosystème local capable d'adresser le marché européen pour Crosscall mais également de représenter à terme une solution de production au service d'autres acteurs

européens de l'électronique.

Conforter notre excellente position dans le marché français et européen du B2B et du B2C avec un objectif : devenir progressivement leader dans les verticales métier des secteurs de la sécurité-défense, de la logistique et des transports, de la santé et de l'éducation sachant que nous proposons un modèle économique et des solutions qui sont particulièrement adaptés à la demande des employeurs et aux besoins des utilisateurs de ces secteurs.

Ces ambitions ont impliqué de préparer l'entreprise, de moderniser son fonctionnement notamment en faisant de notre siège à Aix, une véritable vitrine de nos idées et des technologies que nous développons, en investissant dans l'humain avec la création de plus de 60 postes pendant la période de crise sanitaire et enfin en fluidifiant notre chaîne de décision de façon à conserver notre agilité dans ce contexte de forte croissance.

FINALEMENT, QUEL EST LE FUTUR DE CROSSCALL ?

Au fond, il prend racine dans son histoire. Il se construit sur son ADN et dans une cohérence jamais démentie. Une entreprise ne peut pas se projeter dans le futur sans avoir une identité. C'est cette dernière qui permet de tenir le cap dans les moments difficiles et de se réaliser dans les moments plus propices.

C'est donc en tenant ce cap de la durabilité que nous continuerons d'inventer des produits qui sont conçus et évoluent en fonction de la réalité que vivent au quotidien ceux qui les utilisent. Pour l'entreprise et ses parties prenantes, il s'agit de poursuivre un développement ambitieux mais raisonné, adossé aux valeurs que nous portons et à un modèle axé sur la performance économique, sociale et environnementale sans jamais oublier l'un ou l'autre de ces trois termes.



" IL S'AGIT DE POURSUIVRE UN DÉVELOPPEMENT AMBITIEUX MAIS RAISONNÉ, ADOSSÉ AUX VALEURS QUE NOUS PORTONS "



THIS IS HOW WE LIVE

AGENCE BURSON COHN & WOLFE

STÉPHANIE LASNEL

+ 33 (0) 156 03 13 45
stephanie.lasnel@bcw-global.com

MARGAUX MARTY

+ 33 (0) 156 03 13 02
margaux.marty@bcw-global.com

CROSSCALL

PAULINE CHANUT

+ 33 (0) 7 84 37 72 26
pauline.chanut@crosscall.com

ISABELLE FOUQUERAY

+ 33 (0) 7 63 11 34 63
isabelle.fouqueray@crosscall.com

CROSSCALL.COM     

THIS
IS
HOW
WE
LIVE