

Così «Cristina Rubinetterie» non fa acqua

www.ecostampa.it

DI ROBERTO CUTAIA

Il Premio «Le Tigri del 2011» – promosso da TickMark per portare alla ribalta le aziende che, pur in un contesto economico-finanziario difficile, sono riuscite a reagire e sviluppare la loro capacità di innovare – ha visto salire quest'anno sul gradino più alto del podio **«Cristina Rubinetterie Silfra»**.

L'azienda del novarese, una classica «media impresa» con un fatturato di circa 50 milioni, impiega 248 persone ed è un'eccellenza italiana nella produzione di rubinetteria per bagno e cucina. «Mio padre Alberto e io siamo molto soddisfatti e orgogliosi del riconoscimento – afferma Francesca Cristina, vice-presidente di Crs, qualche ora prima di imbarcarsi su un volo per Tel Aviv –: il premio gratifica il nostro operato e quello di tutte le persone che lavorano nel team».

Alla crisi, continua Francesca Cristina, «si può reagire con l'impegno e il lavoro co-

stante, anzi direi maggiore: oggi esportiamo in circa settanta Paesi al mondo, con valori in continua crescita, ma vorrei sottolineare anche una buona performance del mercato italiano pur in una fase generale di consumi stagnanti».

La svolta è arrivata proprio nel bel mezzo della tempesta: «Nel periodo più critico – spiega il vicepresidente di Crs – abbiamo investito in tecnologie e materiali, presentando nuove linee di prodotto e promuovendo il marchio. Negli ultimi 3 anni abbiamo presentato 7 nuove linee rubinetti per bagno e cucina progettati da importanti designer internazionali e dal nostro centro stile». Anche il marketing

è stato determinante: «Il marchio **Cristina Rubinetterie** è stato promosso in Italia e all'estero con importanti campagne pubblicitarie su riviste, reti televisive e siamo stati sponsor di importanti eventi sportivi e culturali». Un investimento che ha rafforzato l'export pur in una congiuntura difficile:

«Oggi realizziamo circa il 70% del fatturato derivante dall'export nei Paesi europei. Ma le cose stanno cambiando: nel prossimo triennio si procederà a una nuova internazionalizzazione: Africa, Estremo Oriente, Australia e Sud America saranno nuovi mercati di riferimento. Per quanto riguarda i Paesi Brics abbiamo già rapporti con Cina, India e Sudafrica». Per avere una potenza di fuoco che consenta di conquistare mer-

cati lontani bisogna far leva sugli investimenti, altrimenti l'espansione oltre i confini nazionali è impossibile. «Gli investimenti negli ultimi anni hanno raggiunto l'8% del fatturato – spiega il vicepresidente – e sono stati convogliati verso lo sviluppo di nuovi prodotti (estetica e aggiornamento dei componenti tecnologici) e processi di produzione a ridotto impatto ambientale».

E tutto questo senza dover crescere con una leva finanziaria eccessiva, ovvero ricorrendo al sistema bancario con il rischio di vedersi restringere improvvisamente i cordoni della borsa: «Siamo un'azienda – conclude con un certo orgoglio Francesca Cristina – che vive di risorse proprie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

la storia

L'azienda novarese ha vinto il premio «Le tigri 2011» dedicato alle Pmi. Grazie a innovazione ed export



Francesca Cristina

