

MADE IN ITALY- CRISTINA RUBINETTERIE: NEL 2015 FATTURATO IN CRESCITA



CRS S.p.A. ha chiuso il 2015 con il segno positivo. L'azienda, fondata nel 1949 e cresciuta fino a diventare una delle grandi protagoniste del settore, ha chiuso il 2015 con un fatturato di 46 milioni di euro, con un incremento del 6% rispetto all'annualità precedente, ulteriormente valorizzato da un eccellente profilo reddituale.

Si tratta di un risultato altamente apprezzabile, frutto della capacità innovativa, che si traduce in prodotti in grado di anticipare le tendenze del mercato con soluzioni accattivanti nelle forme, di grande efficienza prestazionale ed elevata ecosostenibilità, nonché di strategie commerciali caratterizzate da una grande attenzione alla soddisfazione del cliente.

I prodotti Cristina, infatti, sono posizionati stabilmente nel segmento di eccellenza del mercato, sia per quanto attiene il contenuto tecnologico, che ne garantisce efficienza ed affidabilità, sia per la modalità di distribuzione che privilegia prestigiose show-room e punti vendita qualificati in grado di assistere il progettista e il cliente finale.

Nel corso del 2015 la produzione Cristina Rubinetterie è stata presentata con successo alle più importanti manifestazioni internazionali: ha infatti conquistato il pubblico del Salone Internazionale del Mobile di Milano e del Cersaie, il Salone internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno di Bologna. Altrettanto è accaduto in occasione di Architect Work a Milano ed a Parigi, all'ISH di Francoforte, al Médinit di Casablanca (Marocco), alla Korsing Hausmesse di Colonia. Inoltre l'azienda non ha mancato di esplorare nuovi mercati, partecipando ad importanti manifestazioni in Cambogia, in Birmania ed in Kazakistan.

Alberto Cristina, Presidente ed Amministratore Delegato dell'azienda ha così commentato i risultati conseguiti: "Sono molto soddisfatto di quanto abbiamo realizzato nel corso del 2015, in un momento ancora gravato da pesanti difficoltà per il settore, mettendo in campo strategie di mercato attentamente ponderate. Abbiamo infatti scelto di non perseguire in modo dissennato il semplice incremento di fatturato, ma ci siamo impegnati a salvaguardare redditività, occupazione e soddisfazione del cliente, attuando una politica di investimenti mirati all'ottimizzazione dei processi produttivi ed alla razionalizzazione delle dinamiche distributive. I risultati ci hanno dato ragione."