

Cristina Rubinetterie

PUNTANDO SUL DESIGN, VINCE NEL SEGMENTO ALTO DEL MERCATO. GRAZIE ANCHE A UNA TECNOLOGIA ESCLUSIVA CHE GARANTISCE AFFIDABILITÀ

Si diventa numeri uno per tanti motivi, ma tre sono bastati ad Alberto Cristina, Presidente e Amministratore delegato dell'azienda leader nei rubinetti di design: redditività, occupazione e soddisfazione del cliente. Risultato: l'azienda, fondata nel 1949 e cresciuta fino a diventare una delle grandi protagoniste del settore, ha chiuso l'ultimo bilancio consolidato a quota 46 milioni di euro di fatturato, con un incremento del 6% rispetto all'anno precedente, già ottimo. «Un risultato frutto della capacità innovativa», dice Cristina, «che si traduce in prodotti in grado di anticipare le tendenze del mercato con soluzioni accattivanti nelle forme, di grande efficienza nelle prestazioni ed elevata ecosostenibilità, nonché di strategie commerciali caratterizzate da una grande attenzione alla soddisfazione del cliente». I prodotti Cristina, infatti, si collocano stabilmente nel segmento di eccellenza del mercato, sia per il contenuto tecnologico, che ne garantisce efficienza e affidabilità, sia per la distribuzione, che si concentra in prestigiosi showroom e punti vendita qualificati, in grado di assistere il progettista e il cliente finale.

Il Gruppo Cristina mantiene salde le radici nel territorio ma ha lo sguardo puntato con determinazione anche all'estero: già oggi l'azienda è presente con la distribuzione in 70 paesi, soprattutto europei, ma nel piano industriale è scritta la strategia di espansione verso l'Africa mediterranea, l'Estremo Oriente, l'Oceania e l'America. È significativo il fatto che il 56% del fatturato

provenga dal mercato estero, con una previsione positiva di raggiungere il 70% nei prossimi cinque anni.

Alla terza generazione, la famiglia Cristina è oggi saldamente guidata da Alberto, che continua a scrivere la storia di questo successo imprenditoriale tutto italiano e continua a credere nel valore dell'innovazione, investendo costantemente tanto nella ricerca e nello sviluppo tecnologico, quanto nell'evoluzione estetica del prodotto. «La qualità è il risultato di un rigoroso controllo in ciascuna fase del processo produttivo e come affidabilità delle materie prime utilizzate», dice Cristina.

Cristina Rubinetterie è anche in prima linea nelle più importanti manifestazioni internazionali, dal Salone internazionale del mobile di Milano all'Architect work di Parigi, dall'Ish di Francoforte al Médinit di Casablanca. L'azienda sta ora esplorando nuovi mercati partecipando a importanti manifestazioni in Cambogia, in Birmania e in Kazakistan.

«Sono molto soddisfatto di quanto abbiamo realizzato mettendo in campo strategie di mercato attentamente ponderate. Abbiamo scelto di non perseguire 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 e alla razionalizzazione delle dinamiche distributive. I risultati ci danno ragione».

It's possible to become number 1 for a variety of reasons, but three were enough for Alberto Cristina, Chairman and managing director of this leading company which makes designer taps - profitability, employment and customer satisfaction. Result: the company, which was established in 1949 and has grown to become one of the largest players in the industry, reported a turnover of 46 million euro in its last financial statement, with an increase of 6% with respect to the previous year, which had already been excellent. «A result which is the fruit of innovative ability», states Cristina, «which is transformed into products that anticipate market trends, with eye-catching features that perform efficiently and are environ-

mentally-friendly, not to mention business strategies characterised by significant focus on customer satisfaction».

Cristina products certainly sit permanently within the segment of market excellence, both in terms of technological content which ensures efficiency and reliability, and distribution, which focuses on prestigious showrooms and distinguished stores that can assist designers and end customers.

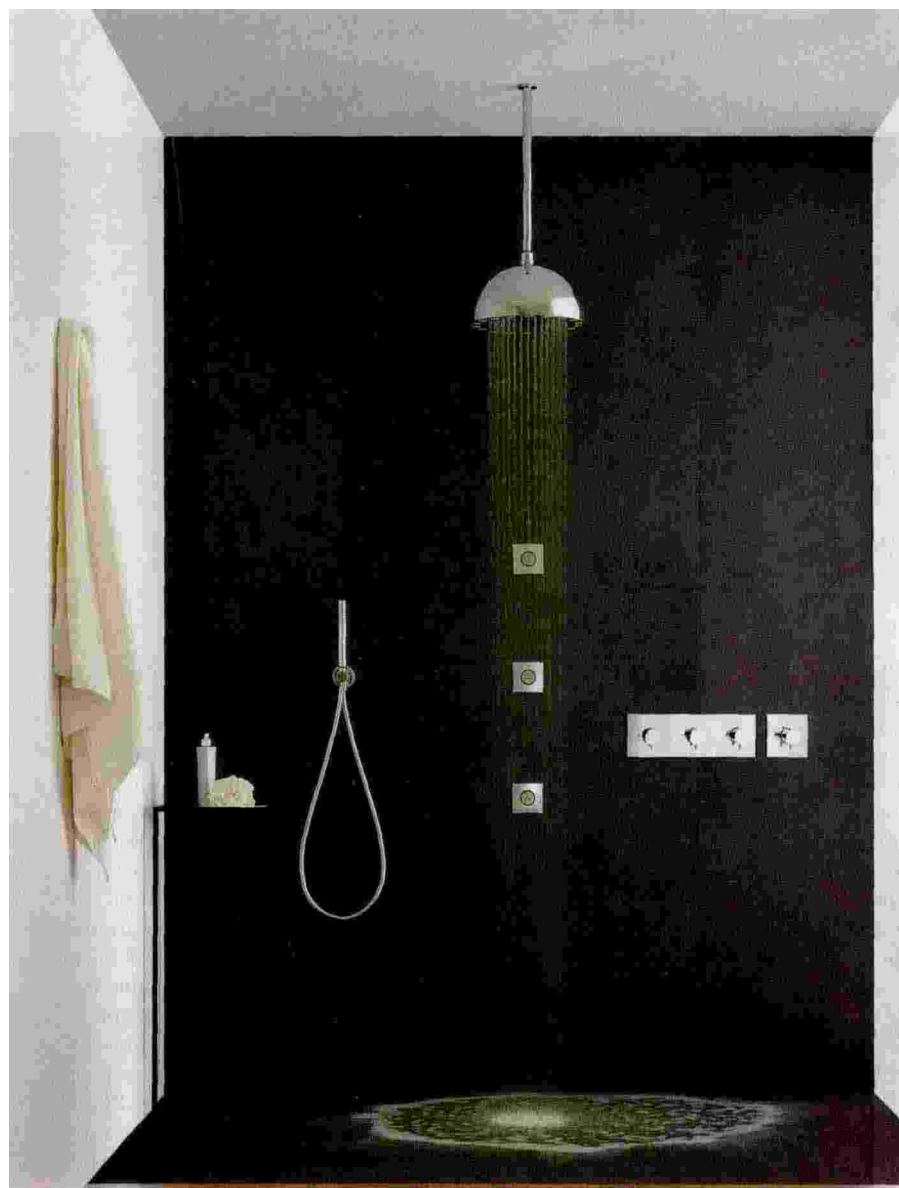
The Cristina group keeps its roots firmly planted in Italy but also has its eye firmly fixed on foreign markets, and is currently present and distributing in 70 countries, most of which are European, but their industrial plan includes an expansion strategy

to Mediterranean Africa, the Far East, Oceania and America. It's significant that 50% of turnover is from foreign markets, with a positive forecast of reaching 70% in the next five years.

The Cristina family now has the third generation at its helm in the shape of Alberto, who has continued this purely Italian business success story and continues to believe in the value of innovation, by constantly investing as much in research and technological development as in the aesthetic development of the product. «Quality is the result of strict control during each production phase and trust in the raw materials used», states Cristina.

Cristina Rubinetterie is also at the forefront

T I P
TAMBURI INVESTMENT PARTNERS S.P.A.
Partner



*Alberto Cristina, Presidente e Ad dell'azienda di famiglia, e due esempi delle sue rubinetterie di design.
Alberto Cristina, company's President and ceo, and some design taps.*

of the most important international events, including Salone Internazionale del Mobile (furniture fair) in Milan, Architect@Work in Paris, Ish in Frankfurt and Médinit in Casablanca. The company is now exploring new markets by attending important events in Cambodia, Burma and Kazakhstan.

«I'm very satisfied with what we've achieved by putting carefully thought-out strategies into play. We've chosen not to pursue a straightforward increase in turnover, but to commit to safeguarding profitability, employment and customer satisfaction by implementing an investment policy aimed at optimising production processes and re-organising distribution dynamics. The results prove we're getting it right».

成为行业领袖可以有许多原因，对于设计水龙头界领袖的总裁与首席执行官ALBERTO CRISTINA来说，有三个就足够了：盈利率，就业率，客户满意度。成果是：这家创立于1949年的公司，成长为业内的重要角色，去年营业额达4600万欧元，比成绩极佳的前年又增长了6%。「这是创新能力的结晶」，CRISTINA说，「转化为领导市场潮流的产品，造型优美，性能卓越，环保性高，还有高度重视客户满意度的商业战略」。事实上，CRISTINA的产品稳占市场优秀之列，无论是保证高效可靠的科技含量，还是集中在知名陈列室和高级卖场的经销网络，可以为设计师与终端客户提供协助。

CRISTINA集团稳稳扎根在意大利，但目光却坚定投向海外：今日，公司已经进入70个国家的经销网络，主要集中在欧洲，而其商业计划则表示，将向北非、远东、大洋洲与美洲进发。意义重大的

事实是，公司56%的营业额来自海外市场，未来五年有望达到70%。企业如今已传至家族第三代，由ALBERTO稳固掌舵，他继续书写这一纯粹意大利商业传奇的历史，相信创新的价值，不断投资进行科技研发，改善产品美观。「出色的品质是严格监控的成果，控制生产流程各阶段，确保原材料可靠性」。CRISTINA说道。

CRISTINA水龙头也出现在国际重要展会前线，从米兰国际家具展，到巴黎国际建筑及室内设计展，从法兰克福国际卫浴展、供暖及空调展览会，到卡萨布兰卡的MÉDINIT国际室内装饰展。公司目前正在开拓新市场，参加柬埔寨、缅甸与哈萨克斯坦的重要展会。「我对我们采取慎重市场策略所取得的成绩十分满意。我们不仅追求营业额的增长，更努力保证盈利率、就业率与客户满意度，实施优化生产流程、合理经销分布的投资策略。优异的成绩证明我们是对的」。