

riflessi

2021 / n.2

CREDO CHE AVERE LA
TERRA E NON ROVINARLA
SIA LA PIU' BELLA
FORMA D'ARTE CHE SI
POSSA DESIDERARE.
ANDY WARHOL



■ CRISTINA
RUBINETTERIE



CRISTINA
RUBINETTERIE

Editorial

A pochi mesi dal primo numero del 2021, ecco la seconda pubblicazione di Riflessi, lo strumento di comunicazione che si rivolge alla nostra community con un recap sulle più recenti e significative attività corporate dell'azienda. Utilizziamo quotidianamente i canali digitali, ma riteniamo che un riepilogo periodico aiuti a meglio comprendere gli step compiuti e ad identificare una precisa prospettiva per realizzare i passi successivi.

In questi ultimi mesi siamo stati molto concentrati sulle attività di ottimizzazione della logistica: l'azienda sta facendo importanti investimenti per rendere più razionali ed efficienti i passaggi attraverso gli stabilimenti produttivi, considerando anche gli importanti cambiamenti delineatesi nei mercati internazionali che riguardano l'aumento senza precedenti del costo delle materie prime e la complessità del loro reperimento.

Sempre più rilevante l'attenzione e la sensibilizzazione sui temi tanto dibattuti della sostenibilità e della responsabilità sociale. Non solo il nostro punto di vista, ma soprattutto le azioni che concretamente stiamo mettendo in pratica sia come azienda che come Gruppo.

Durante la Milano Design Week di aprile, abbiamo presentato in anteprima la serie FOIL disegnata da Marco Pisati, firma già nota nel panorama dell'arredo bagno. La serie è ora definita e, in occasione dell'edizione autunnale del Fuori Salone, potrà essere apprezzata nella sua completezza nel nostro showroom in Brera, via Pontaccio 10, dove saranno esposti anche i nuovissimi modelli di rubinetti per la cucina.

Vi invito a leggere tutte le pagine di Riflessi, perché troverete un'interessante anticipazione che riguarda una nuova collaborazione...

Buona lettura!

A few months after the first 2021 issue of Riflessi, we are now ready with the second one. Riflessi is a communication tool offering our community a recap of the company's most recent and significant corporate activities. We use digital channels daily, but we believe that a periodic summary helps us to better understand the steps we have taken and to identify a precise perspective for the upcoming steps.

In recent months, we have been extremely focused on logistics optimisation activities: the company is making significant investments to make the various phases through the production facilities more rational and efficient, also considering the important changes that have taken place in the international markets regarding the unprecedented increase in the cost of raw materials and their procurement complexity.

Increasing attention and awareness is being paid to the much-debated issues of sustainability and social responsibility. Not only our point of view, but above all the actions we are concretely putting into practice both as a company and as a Group.

During the last April Milano Design Week, we presented a preview of the FOIL series designed by Marco Pisati, a well-known name in the bathroom furnishing sector. The series has now been defined, and it will be possible to appreciate it in our showroom in Brera, via Pontaccio 10, during the autumn edition of the Fuori Salone, with the brand-new kitchen tap styles also on display.

Please read all the pages of Riflessi, as here you will learn about interesting news on a new collaboration...

Hope you enjoy reading this issue!

Daniele Mazzon
General Manager

ECO

numbers

La sostenibilità non è più una voce negli schemi CSR (Corporate Social Responsibility) ma una componente chiave della redditività e della reputazione aziendale.

L'indagine Global Trends di Ipsos in 33 mercati internazionali ha rilevato che l'attenzione per l'ambiente e per l'emergenza climatica è il valore primo che unisce tutto il mondo (Italian Marketing Foundation + Ipsos.com).

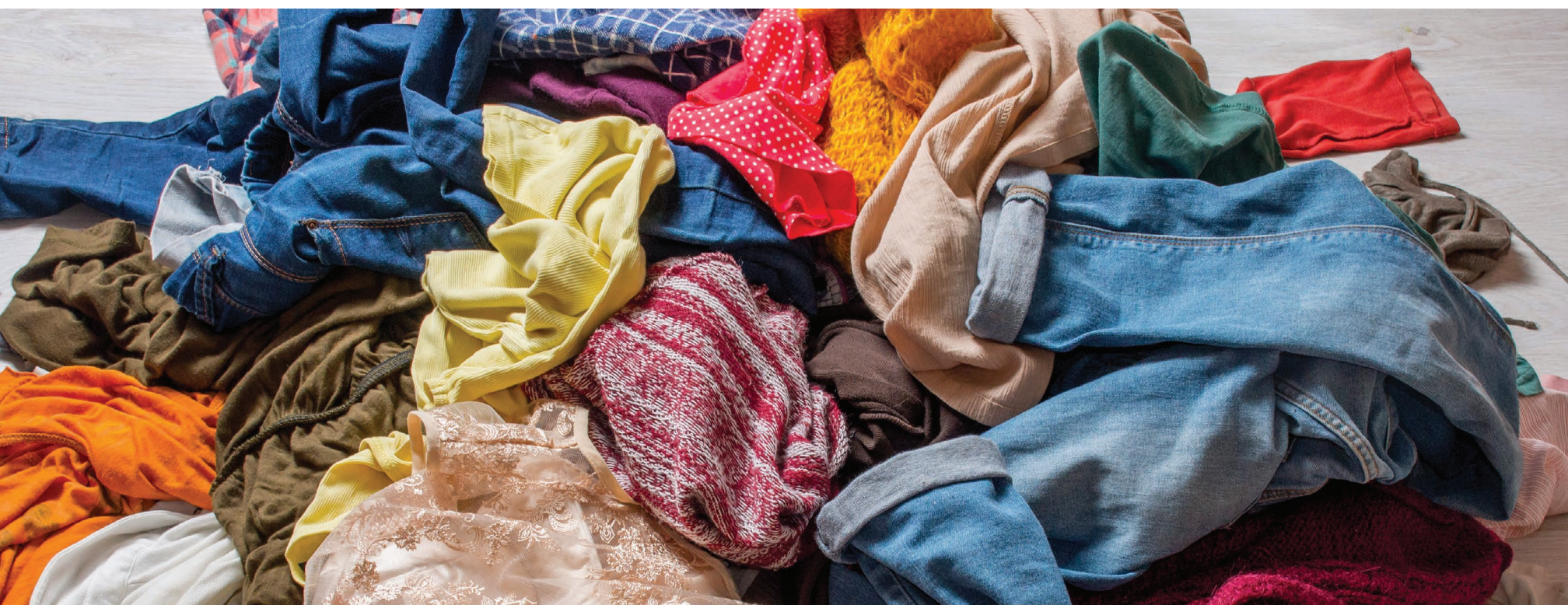
DIECI % le emissioni globali di gas serra causate dagli impianti di produzione tessile, uno dei settori più inquinanti e **VENTI** % di inquinamento idrico industriale, percentuali destinate ad aumentare del **CINQUANTA** % entro il 2030 se non si corre ai ripari.

Tra i progetti più innovativi, Trash-2-Cash, finanziato dal Programma di Ricerca EU Horizon 2020, ha individuato interessanti tecnologie produttive che trasformano i tessuti usati, ma anche i vecchi giornali, in nuove fibre tessili - Ioncell® - in modo sostenibile e senza l'utilizzo di sostanze chimiche dannose (Materially).

Sustainability is no longer an item in the CSR (Corporate Social Responsibility) schemes but a key component of corporate profitability and reputation.

*The Ipsos Global Trends survey in 33 international markets found that attention to the environment and climate emergency is the primary value that unites the world (Italian Marketing Foundation+Ipsos.com). **TEN** % of global greenhouse gas emissions caused by textile production plants, one of the most polluting sectors, and **TWENTY** % of industrial water pollution, percentages that will increase by **FIFTY** % by 2030 if nothing is done.*

Among the most innovative projects, Trash-2-Cash, funded by the EU Horizon 2020 Research Programme, has identified interesting production technologies that transform used textiles, and also old newspapers, into new textile fibres - Ioncell® - in a sustainable way without using harmful chemicals (Materially).



WHO CARES, WHO DOES?

Il **SETTANTATRE** % degli italiani intervistati afferma che le persone dovrebbero agire individualmente per salvaguardare le future generazioni e il **SESSANTUNO** % sostiene che le imprese dovrebbero agire di pari passo (GfK.com #WhocaresWhoDoes research).

61 %

73 %

SEVENTY-THREE % of Italians surveyed say that people should act individually to safeguard future generations and **SIXTY-ONE** % say that businesses should act together (GfK.com #WhocaresWhoDoes research).



30
LESS PLASTIC

TRENTA % degli italiani dichiara di non acquistare più i prodotti con un packaging di plastica e **SESSANTADUE** % di preferire negli acquisti le aziende che dimostrano sensibilità verso l'ambiente (GfK.com #WhocaresWhoDoes research).

THIRTY % of Italians say they no longer buy products in plastic packaging and **SIXTY-TWO** % prefer to buy from companies that are environmentally-conscious (GfK.com #WhocaresWhoDoes research).

48 %

UNO % è l'aumento annuale dell'utilizzo dell'acqua dal 1980 (www.un.org). Consapevoli di questo, il **QUARANTOTTO** % degli italiani ritiene molto importante il risparmio idrico, preferendo soffioni e rubinetti con dispositivi che limitano la portata dell'acqua (Ipsos.com).

ONE % is the annual increase in water use since 1980 (www.un.org). Aware of this, **FOURTY-EIGHT** % of Italians consider water saving particularly important. They prefer showerheads and taps fitted with devices limiting the water flow (Ipsos.com).



8t WASTE

OTTO le tonnellate di plastica disperse ogni anno in mare che formano i famigerati VORTICI, in costante movimento (aventri.com/National Geographic).

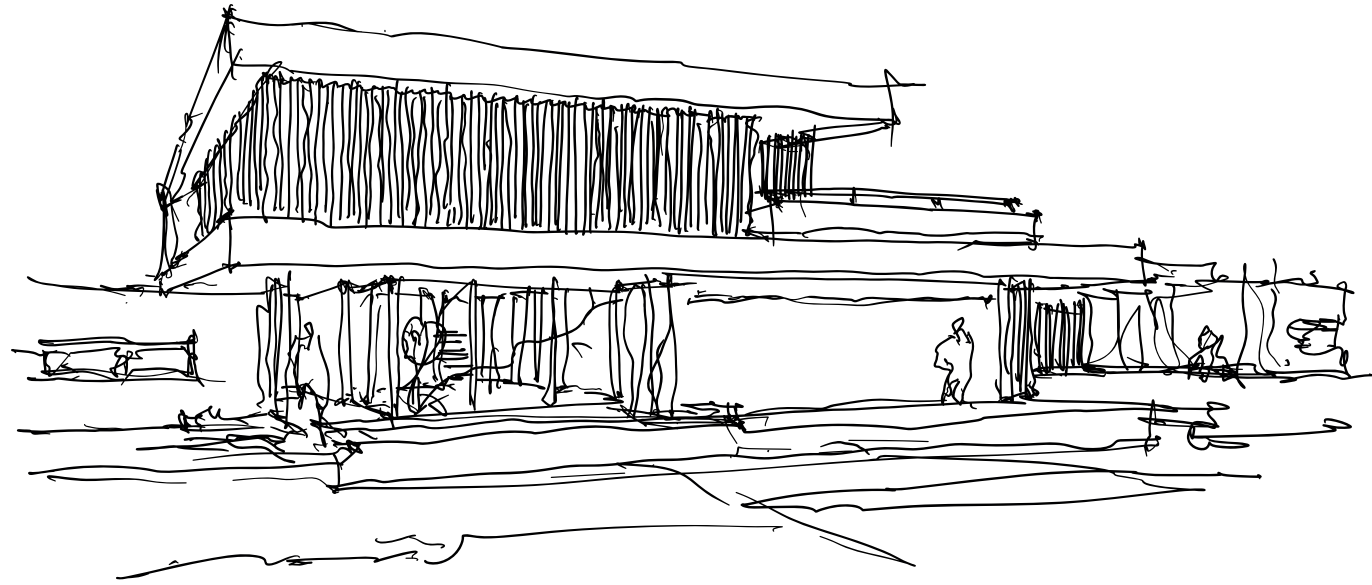
EIGHT tonnes of plastic are lost in the sea every year, forming the infamous, and constantly moving VORTICES (aventri.com/National Geographic).

ARCHITETTURE SOSTENIBILI

Basso impatto ambientale, confort abitativo, durata nel tempo, nonché convenienza economica grazie all'efficienza energetica prodotta e l'Ecobonus 110% da sfruttare e non da ultimo un brevetto che industrializza la bioedilizia: con spiegazioni chiare, numerose case history e altrettanti studi scientifici citati, Gilberto Barcella promuove così la conoscenza dei benefici della bioedilizia per le persone e per l'ambiente, nel libro *Canapa e calce*, pensato non solo per gli addetti ai lavori, spesso restii a cambiare modus operandi, ma anche per chiunque desideri approfondire un tema urgente e necessario come quello di un'edilizia più sostenibile.

Low environmental impact, living comfort, durability, as well as economic convenience thanks to the energy efficiency produced and the 110% Ecobonus to exploit, and, last but not least, a patent that industrialises green building.

In his book, Canapa e calce, designed not only for professionals, often reluctant to change their modus operandi, but also for anyone wishing to learn more about an urgent and necessary topic like that of a more sustainable building, Gilberto Barcella promotes awareness, with clear explanations, numerous case histories and just as many scientific studies cited on the benefits of green building for people and the environment.



MILANO, CAMPUS BOCCONI

Firmato dai giapponesi Kazuyo Sejima e Ryue Nishizawa dello studio SANAA, il Campus - in fase di completamento - che riqualifica l'ex area della Centrale del Latte, aggiungerà alla già inaugurata sede Castiglioni, tre edifici per la sede SDA e un centro sportivo aperto ai cittadini. Unico nel genere in Italia non solo per estetica, è progettato secondo i più innovativi criteri di biocompatibilità ed eco-sostenibilità: dall'impiego di materiali edili di ultima generazione al sistema di teleriscaldamento e tele-raffreddamento che utilizza la falda acquifera.

Designed by Japanese architects Kazuyo Sejima and Ryue Nishizawa of the SANAA firm, the Campus - now nearing completion - redevelops the former Centrale del Latte area, adding three buildings for the SDA headquarters and a sports centre open to the public to the already inaugurated Castiglioni headquarters. One-of-a-kind in Italy not only in terms of aesthetics, it is also designed according to the most innovative criteria of biocompatibility and eco-sustainability: from the use of latest generation building materials to the district heating and cooling system that uses the aquifer.



MILANO, WELCOME, FEELING AT WORK

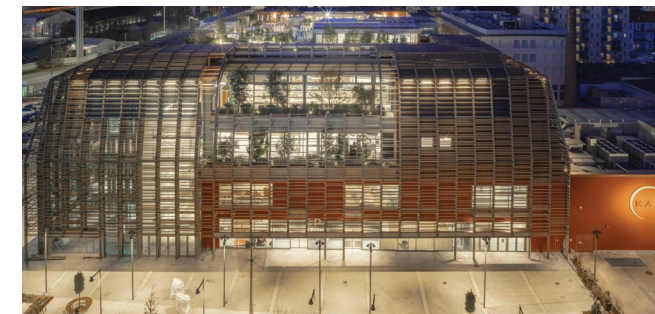
L'imponente complesso per uffici progettato da Kengo Kuma al Parco Lambro, composto da volumi terrazzati, orti e giardini pensili, si rifà all'architettura biofilica, proponendo un ambiente a misura d'uomo integrato al paesaggio urbano. Zero emissioni CO₂, energie rinnovabili, utilizzo della luce naturale, circolarità dei materiali da costruzione e del loro utilizzo, resilienza ai cambiamenti climatici per un futuro clima-neutro. Certificato Well Platinum, con efficienza energetica Leed Platinum, sarà inaugurato nel 2024.

The imposing office complex designed by Kengo Kuma at Parco Lambro, consisting in terraced volumes, vegetable gardens and hanging gardens, is based on biophilic architecture, proposing a human-scale environment integrated into the urban landscape. Zero CO₂ emissions, renewable energy, a use of natural light, circularity of building materials and their uses, resilience to climate change for a climate-neutral future. Well Platinum certified with a Leed Platinum energy efficiency, it will be inaugurated in 2024.

TORINO, GREEN PEA

"From duty to beauty". Nato da un'idea di Oscar Farinetti e progettato al Lingotto dallo studio ACC, è il primo Green Retail Park dedicato al Rispetto per la Natura. Cinque piani, sostenibili in ogni dettaglio, che invitano a una riflessione responsabile sul nostro modo di acquistare e consumare, in nome dell'attenzione ambientale e sociale. All'interno, un pool di 100 partners che propongono prodotti duraturi e rispettosi, per la maggior parte Made in Italy.

"From duty to beauty". Born out of an idea of Oscar Farinetti and designed at Lingotto by the ACC studio, this is the first Green Retail Park dedicated to Respect for Nature. Five floors, sustainable in every detail, an invitation to a responsible reflection on our way of buying and consuming, in the name of environmental and social awareness. Among a pool of 100 partners offering sustainable and friendly products, most of them are Made in Italy.



MILANO, LA RIGENERAZIONE DI PIRELLI 39

È vincitore del concorso internazionale di architettura indetto da COIMA per l'area Pirelli 39, il progetto condiviso degli studi Stefano Boeri Architetti e Diller Scofidio + Renfro che riqualifica l'edificio ex Pirellino, propone la nuova torre residenziale Botanica e trasforma il vecchio ponte che attraversa Melchiorre Gioia in una serra trasparente aperta alla città. Un modello di utilizzo misto, misurabile secondo i criteri ESG (Environmental, Social and Governance), che soddisfa le istanze di impatto ambientale, trasformazione urbana, attivazione delle comunità e di relazione tra natura e città.

Winner of the international architecture competition organised by COIMA for the Pirelli 39 area, the joint project by Stefano Boeri Architetti and Diller Scofidio + Renfro redevelops the former Pirellino building proposing the new Botanica residential tower and transforming the old bridge crossing Melchiorre Gioia into a transparent greenhouse open to the city. A mixed-use model, measurable according to the ESG (Environmental, Social and Governance) criteria, which satisfies the demands of environmental impact, urban transformation, community activation and the relationship between nature and the city.



How will we live together? Biennale Architettura 2021

VENEZIA, 22.05 - 21.11 2021

"MENTRE LA POLITICA CONTINUA A DIVIDERE E ISOLARE, ATTRAVERSO L'ARCHITETTURA POSSIAMO OFFRIRE MODI ALTERNATIVI DI VIVERE INSIEME. DOPOTUTTO, LO SPAZIO SPESSO PRECEDE, PROIETTA E SOPRAVVIVE ALLE CONDIZIONI UMANE CHE LO MODELLANO. UN CONTRATTO SPAZIALE POTREBBE COSTITUIRE UN CONTRATTO SOCIALE. CERCHIAMO UN CONTRATTO SPAZIALE CHE SIA AL TEMPO STESSO UNIVERSALE E INCLUSIVO, UN CONTRATTO ALLARGATO AFFINCHÉ I POPOLI E LE SPECIE COESISTANO E PROSPERINO NELLA LORO PLURALITÀ"
HASHIM SARKIS, CURATORE DELLA BIENNALE 2021,
"HOW WILL WE LIVE TOGETHER?"

"WHILE POLITICS CONTINUES TO DIVIDE AND ISOLATE, WE CAN OFFER ALTERNATIVE WAYS OF LIVING TOGETHER THROUGH ARCHITECTURE. AFTER ALL, SPACE OFTEN PRECEDES, PROJECTS, AND SURVIVES THE HUMAN CONDITIONS SHAPING IT. A SPATIAL CONTRACT COULD BE A SOCIAL CONTRACT. WE SEEK A SPATIAL CONTRACT THAT IS BOTH UNIVERSAL AND INCLUSIVE, AN EXPANDED CONTRACT FOR PEOPLES AND SPECIES TO COEXIST AND THRIVE IN THEIR PLURALITY."
HASHIM SARKIS, CURATOR OF BIENNALE 2021,
"HOW WILL WE LIVE TOGETHER?"

Your Restroom is a Battleground presenta una selezione di sette casi studio presso l'Arsenale, presentati attraverso diorami che ripropongono una serie di battaglie legate ai servizi igienici in tutto il mondo e illustrano come questi dibattiti prendono forma e riflettono le preoccupazioni e le agende sociali locali e globali.

"I servizi igienici sono spesso descritti come strutture neutri o semplici infrastrutture utilitaristiche che soddisfano i bisogni universali degli individui. Ma sono spazi contesi, architetture in cui genere, religione, razza, abilità, igiene, salute, preoccupazioni ambientali ed economia sono definite culturalmente e articolate materialmente.

Negli ultimi anni, la crisi climatica, la pandemia di COVID-19 e le crescenti tensioni derivate dagli spostamenti della popolazione hanno reso più evidenti questi intrecci. I servizi igienici non sono un problema di progettazione isolato, ma piuttosto sintomi di controversie più ampie che possono essere mediate attraverso strumenti architettonici.

I bagni sono architetture politiche, sono campi di battaglia".

Your Restroom is a Battleground presents a selection of seven case studies at the Arsenale, explained through dioramas that re-enact a range of toilet-related battles around the world and illustrate how these debates take shape and reflect local and global social concerns and agendas.

"Toilets are often described as neutral structures or simple utilitarian infrastructures that meet the universal needs of individuals. But they are contested spaces, architectures in which gender, religion, race, ability, hygiene, health, environmental concerns, and economics are culturally defined and materially articulated.

In recent years, the climate crisis, the COVID-19 pandemic and increasing tensions resulting from population movements have made these intertwined issues more evident. Toilets are not an isolated design issue, but, rather, symptoms of wider controversies that can be mediated through architectural means.

Toilets are political architectural elements, they are battlegrounds".

Alle Corderia dell'Arsenale, la ricerca di Matilde Cassani, Ignacio G. Galan, Ivan L. Munuera, Joel Sanders ha come tema **Il Bagno come campo di battaglia**

"Il campo di battaglia dei bagni si modifica di continuo, secondo il momento storico. Ora, per esempio, le questioni di genere sono uno degli argomenti più discussi. È come un filtro attraverso il quale la società si aggiorna, ecco perché penso che siano molto potenti: sono contenitori di tante decisioni che vengono prese in un contesto più ampio" (Matilde Cassani, architetta, curatrice e docente alla AA di Londra).

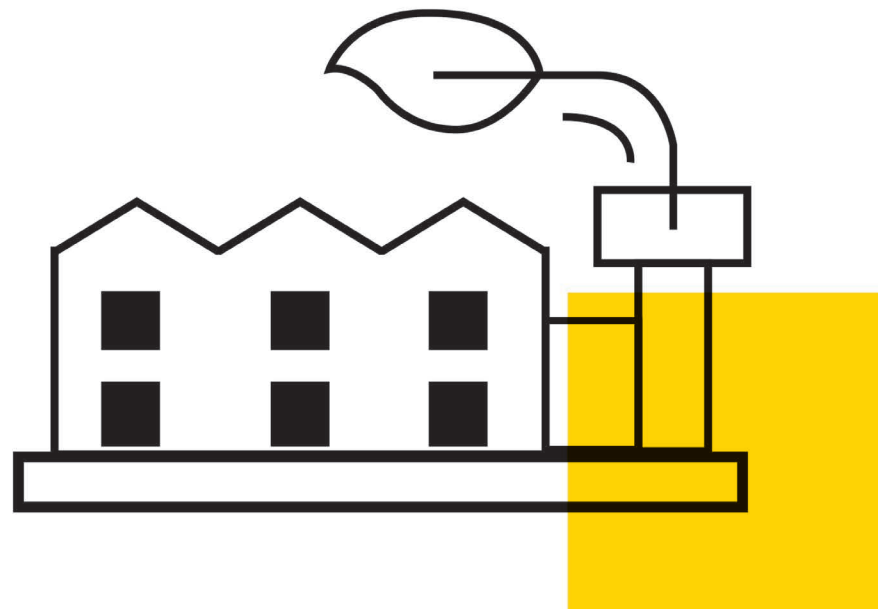
"I bagni sono di solito considerati quasi pura funzione, invece ci sono così tante decisioni importanti - spaziali, tecnologiche, ambientali - che si concentrano in questo luogo... È uno dei dispositivi architettonici più complessi, affrontano problematiche diverse, in diverse parti del mondo, sono contestuali, pieni di ideologie, che noi come architetti dobbiamo considerare", (Ignacio Gonzalez Galán, docente al Barnard College della Columbia University di New York).

"The restroom battlefield is constantly changing, depending on the historical moment. Now, for example, gender issues are one of the most discussed topics. Like a filter through which society keeps up to date, that is why I think they are very powerful: they are containers for many decisions taken in a broader context". (Matilde Cassani, architect, curator, and lecturer at the AA in London).

At the Corderia dell'Arsenale, the theme of the research by Matilde Cassani, Ignacio G. Galan, Ivan L. Munuera, Joel Sanders is **Your Restroom as a Battleground**

"Restrooms are usually seen just for their mere function, instead so many important decisions - spatial, technological, environmental - are concentrated in this space. One of the most complex architectural devices, they address different issues, in different parts of the world, they are contextual, full of ideologies, which we as architects need to consider", (Ignacio Gonzalez Galán, lecturer at Barnard College of Columbia University in New York).





L'attenzione per le tematiche ambientali è fatta di numerose componenti che, in un momento transitorio come quello che stiamo attraversando, richiedono alle aziende importanti investimenti sia in termini economici sia in termini di energie.

Accanto al rebranding iniziato lo scorso anno, CRISTINA Rubinetterie ha attivato una politica di sempre maggiore improvement all'interno dei suoi stabilimenti: implementazione dei macchinari e attento smaltimento dei rifiuti. La nuova soluzione di logistica integrata (montaggio, stoccaggio e consegna dall'unica sede di Fontaneto) permette di ottimizzare i flussi legati agli spostamenti, con un evidente minor impatto sull'ambiente.

Il risparmio idrico è un tema che CRISTINA Rubinetterie pratica da diversi anni, tanto che le serie di rubinetteria introdotte dal 2016 già contemplano un ridotto consumo d'acqua. Impegnata in prima linea nei tavoli di trattativa con le associazioni di categoria AVR Anima e Assobagno, l'azienda guarda con estremo favore il Bonus Idrico introdotto dalla Legge di Bilancio 2021, da leggere come apertura al dialogo con il Ministero e auspicando una reiterazione nel tempo di questa importante agevolazione.

Attenta alle esigenze della propria clientela, sempre più accorta nella tutela del Pianeta, da quest'anno l'azienda utilizza un packaging che, forte di una componente interna in polpa di cartone, risulta totalmente riciclato, riciclabile e di facile smaltimento (indicato dal QR code all'esterno delle scatole) pur garantendo l'integrità del prodotto durante il trasporto. Biodegradabile e impilabile - il che significa anche una notevole riduzione dei volumi di stoccaggio - rispondente ai dettami di miglioramento di gestione ambientale secondo la norma ISO14001 con un conseguente abbattimento dei gas serra, il nuovo imballaggio rappresenta un ulteriore step rivolto alla tutela del mondo in cui viviamo.

The attention to environmental issues consists in many elements that, in a transitional moment like the one we are going through, require important investments from companies both in economic terms and in terms of energies.

Together with the rebranding that began last year, CRISTINA Rubinetterie has activated a policy for an increasingly greater improvement within its plants through the careful waste disposal and the implementation of machinery. The new integrated logistics solution (assembly, warehousing, and delivery from the only premises in Fontaneto) makes it possible to optimise travel flows, with a clearly reduced impact on the environment.

Water saving is a theme that CRISTINA Rubinetterie has been implementing for several years, so much so that the tapware series introduced in 2016 already include a reduced water consumption. In the forefront of the negotiation tables with the AVR Anima and Assobagno trade associations, the company is looking very favourably to the Water Bonus introduced by the Italian Budget Law 2021, to be considered as an opening to dialogue with the Ministry and hoping for a reiteration, in time, of this important facilitation.

Attentive to the needs of its customers, who are increasingly aware of the need to protect the planet, the company has started using a type of packaging this year that contains a cardboard pulp inner component thanks to which it can be totally recycled, is recyclable and easy to dispose of (shown by the QR code on the outside of the boxes), while guaranteeing the integrity of the product during transport. The new packaging is a further step towards protecting the world we live in. Biodegradable and stackable - which also means a considerable reduction in storage volumes - and complying with the dictates of improved environmental management specifications according to ISO14001 with a consequent reduction in greenhouse gases.

FROM

YELLOW

TO...

GREEN!

FROM YELLOW TO GREEN

Il claim contiene una promessa, un valore evolutivo ormai indispensabile nel futuro dell'azienda.

The claim contains a promise, an evolutionary value that is now indispensable to the company's future.

Social Responsibility

Responsabilità etica:
Il Gruppo Caleffi si è sempre impegnato nella tutela del territorio che, come la sostenibilità, ha molte facce.

Quella etico-sociale ha visto il Gruppo - con le consociate Caleffi Hydronic Solutions, CRISTINA Rubinetterie, Ekinex, Pressco e RDZ - in prima linea contro la diffusione della pandemia con cospicue donazioni (un milione di euro). L'Ospedale Maggiore Policlinico di Milano ha avuto aiuti da impiegare per le cure mediche e l'assistenza necessarie ai pazienti Covid 19 nonché per la ricerca contro il virus; l'Ospedale SS. Trinità di Borgomanero per l'acquisto di materiali e apparecchi medicali. Quest'anno, grazie alla donazione di CRISTINA Rubinetterie, l'Ospedale di Borgomanero ha ricevuto anche un software per il macchinario della Tac. Caleffi ha inoltre provveduto alla sistemazione dei locali ex Liolà per la realizzazione del centro vaccinale per i concittadini di Borgomanero e i paesi confinanti.

Lungi dalla retorica, battendo sul tempo le Istituzioni governative, l'attenzione si rivolge concretamente ai giovani e alla scuola. In accordo con sette delle maggiori imprese del Novarese - appartenenti a settori diversi ma accomunate da questo circuito virtuoso volto a creare un tangibile ponte tra istruzione e lavoro - Caleffi e CRISTINA Rubinetterie sostengono ora il nuovo corso di meccanica a indirizzo meccatronica, automazione e robotica dell'Istituto tecnico industriale Omar di Oleggio. Grazie al contributo delle aziende, il laboratorio sarà infatti attrezzato con i più innovativi impianti industriali, garantendo così ai futuri periti quella formazione altamente specializzata e tecnologica oggi richiesta da un'industria sempre più evoluta, che intende promuovere le competenze territoriali. La valorizzazione del territorio si esplica attraverso diversi strumenti socioculturali. Da qui l'importanza dell'adesione del Gruppo Caleffi agli enti e alle manifestazioni enogastronomiche dell'Alto Piemonte che, alimentando la quotidianità e il concetto di inclusione, si rivelano anche un valido motore per l'economia delle realtà minori. Senza dimenticare il costante supporto del Gruppo alle associazioni sportive locali, attraverso le numerose sponsorizzazioni rivolte in egual misura alle squadre principali, dilettantistiche e di avviamento allo sport.

Ethical responsibility:
The Caleffi Group has always been committed to protecting the territory that, like sustainability, has many facets.

On the social and ethical side, the Group - with its subsidiaries Caleffi Hydronic Solutions, CRISTINA Rubinetterie, Ekinex, Pressco and RDZ - is at the forefront against the spread of the pandemic, by making substantial donations (one million euros). The Ospedale Maggiore Policlinico in Milan has received financial support to be used for the medical treatment and assistance needed by COVID-19 patients as well as for the research for a cure to fight the virus, while the SS. Trinità Hospital in Borgomanero for the purchase of medical materials and equipment. This year, the Borgomanero Hospital also received software for the CT machine thanks to a donation from CRISTINA Rubinetterie. Caleffi has also provided to organising the former Liolà premises for the creation of the vaccination centre for the citizens of Borgomanero and neighbouring towns.

Far from rhetoric, and beating government institutions on time, the focus is now on young people and schools. In agreement with seven of the largest companies in the Novara area - belonging to different sectors but united by this virtuous circuit aimed at creating a tangible bridge between education and work - Caleffi and CRISTINA Rubinetterie are now supporting the new course in mechanics with a focus on mechatronics, automation and robotics at the Omar Industrial Technical Institute in Oleggio. In fact, thanks to the contribution of the companies, the laboratory will be equipped with the most innovative industrial equipment, thus guaranteeing future experts with a highly specialised training and those technological skills required today by an increasingly evolved industry that intends promoting local skills. The enhancement of the territory is expressed through various socio-cultural tools. Hence, the importance of the support given by the Caleffi Group to the entities and food and wine events of the Upper Piedmont area that, by feeding everyday life and the concept of inclusiveness, also prove to be a valid engine for the economy of smaller entities. Without forgetting the Group's constant support for local sports associations, through the numerous sponsorships equally dedicated to the main teams, amateur teams, and beginners.

CREATIVITY

In CRISTINA Rubinerterie l'incontro con i designer - una squadra sempre più variegata e internazionale - dà vita a progetti unici, spesso creando modalità di fruizione e gestualità prima inesistenti. L'azienda, aperta a questa molteplicità di linguaggi, si confronta così con problematiche stimolanti, più vaste della semplice gestazione del prodotto, per poi entrare con progetti attenti nel nostro universo privato.

Meeting designers - an increasingly varied and international team - at CRISTINA Rubinerterie gives rise to unique projects, often creating previously non-existent modes of use and gestures. The company, open to this multiplicity of jargons, is thus confronted with stimulating issues that are much more than just the simple product management to then enter projects attentive of our private universe.

Marketing Culturale/ Master accademico 2021 in Digital Communication

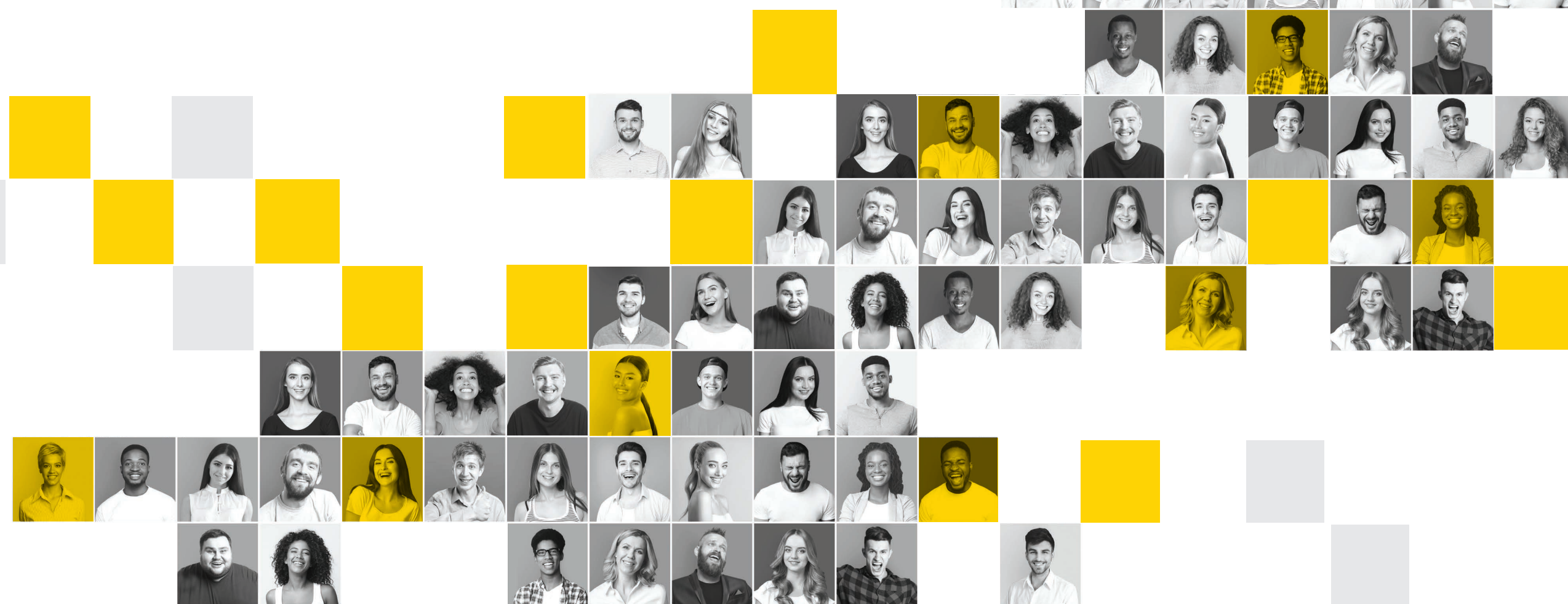
Istituto Pantheon Design & Technology di Roma
+ CRISTINA Rubinerterie

Entrare nel mondo accademico per indagare il digitale attraverso lo sguardo stimolante dei futuri professionisti della comunicazione. E' quanto ha fatto CRISTINA Rubinerterie collaborando con l'Istituto Pantheon di Roma, lungimirante progetto di un'azienda attenta al domani a tutto tondo.

Entering the academic world to investigate digital through the stimulating eyes of future communication professionals. This is what CRISTINA Rubinerterie has done by collaborating with the Pantheon Institute in Rome, a far-sighted project of a company that is attentive to the future in every way.

Le squadre di studenti, coordinate dal docente Stefano Donati, sono trasformate in agenzie di comunicazione per rafforzare la brand awareness dell'azienda.

Teams of students, coordinated by the tutor Stefano Donati, are transformed into communication agencies to consolidate the company's brand awareness.



GIUGNO 2021 / JUNE 2021

BRIEFING
COMUNICAZIONE RESTYLING
SHOWROOM CRISTINA BRERA

RESTYLING SHOWROOM
CRISTINA BRERA
COMMUNICATION

PROJECTS

IRIS STUDIO - Natasha Almeida, Vittoria Bini, Chiara Digiorgio, Annamaria Farinola, Mirana Rakotomalala, Mary Varughese Chettiavil

Esposizione di complementi di arredo progettati dagli studenti delle maggiori scuole di ecodesign e successiva asta benefica, esposizione opera d'arte e progetto nuovo rubinetto ecosostenibile.

Exhibition of furnishing accessories designed by students from the leading eco-design schools and subsequent charity event, the exhibition of artwork and a project for a new eco-sustainable tap.

GREENDESIGN - Federica Mangialardo, Maria Scarcella, Priscilla Raguso, Claudio Campana, Agnese Damelas, Anna Pasquinelli, Susanna Fumagalli

Ecosostenibilità: app dedicata per piantare un albero di ulivo in Puglia e seguirne lo sviluppo. Italianità: cena di gala con cibi made in Italy e materiali ecosostenibili. Futuro: 3 borse di studio per dottorato di ricerca green.

Eco-sustainability: a dedicated app to plant an olive tree in Puglia and follow its growth. Italian style: a gala dinner with made in Italy food and eco-sustainable materials. The Future: 3 scholarships for green PhDs.

MARZO 2021 / MARCH 2021

BRIEFING
CREARE UNA COMUNICAZIONE
PER LA SERIE EAST SIDE

CREATING COMMUNICATION
FOR THE EAST SIDE SERIES

PROJECTS

ADV DESIGN - Alessia Moretti, Davide Romano, Valentina D'Amico

Creare aspettative sulle novità, social internazionali, 3D view, ledwall, showroom.

Creating expectations on new products, international social media, 3D view, ledwall, showroom.

APILCO AGENCY - Alice Fiore, Piercarlo Preziosa, Costanza Zangla

Virtual tour a forte impatto emotivo, coinvolgimento di artisti, fotografi e di marketing influencer.

Virtual tours with a strong emotional impact, involvement of artists, photographers, and marketing influencers.

3T DIGITAL COMMUNICATION
Gabriele Barbàra, Pasquale Lauriola, Federica Rossi

On-Line: domande interattive che rimandano al sito, risposte di esperti del settore. Off-line in showroom: mostre dedicate al prodotto, processo di lavorazione, ledwall.

On-line: interactive questions referring to the website, answers from experts in the sector. Off-line in the showroom: exhibitions dedicated to the product, manufacturing process, ledwall.

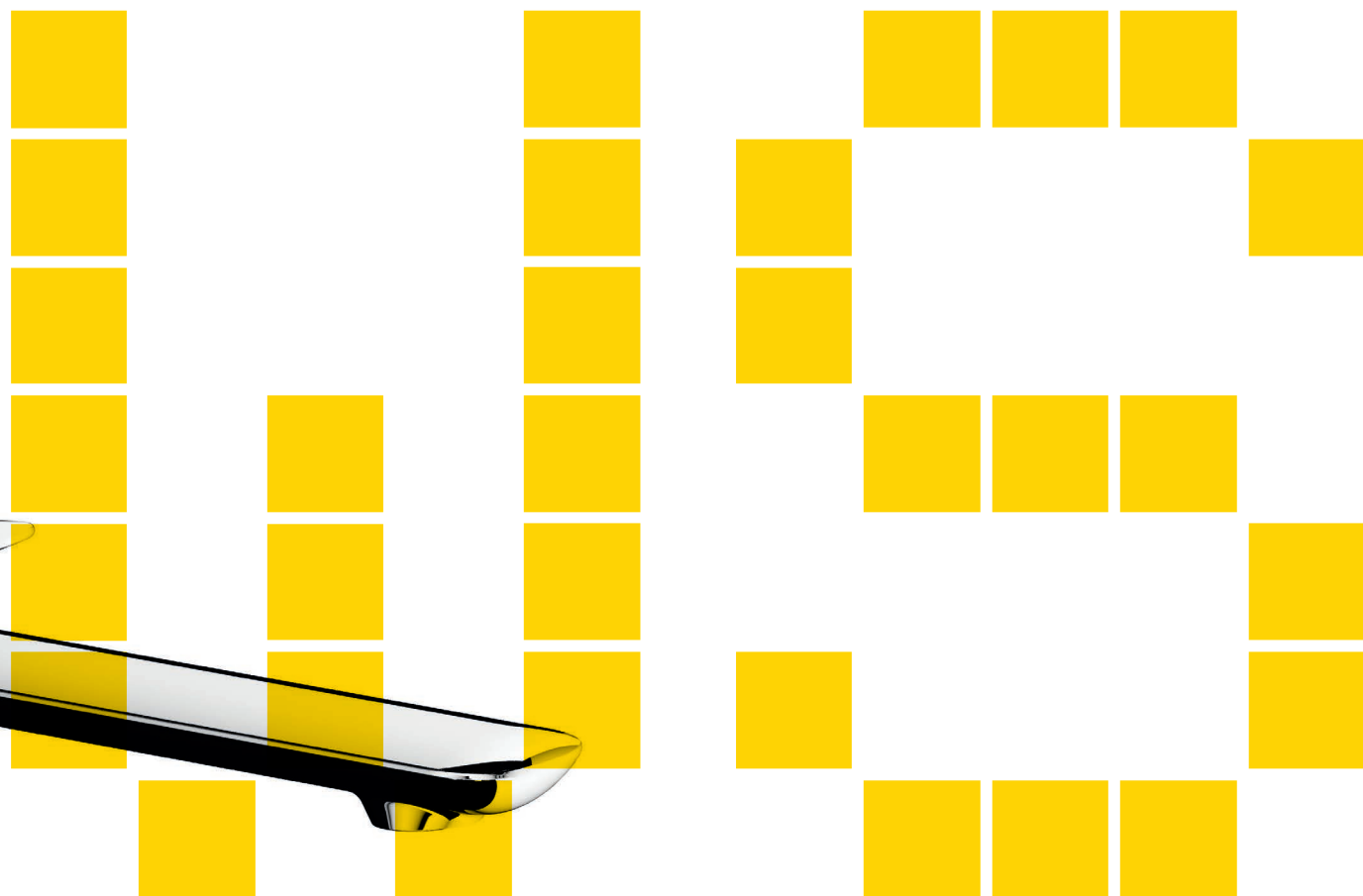
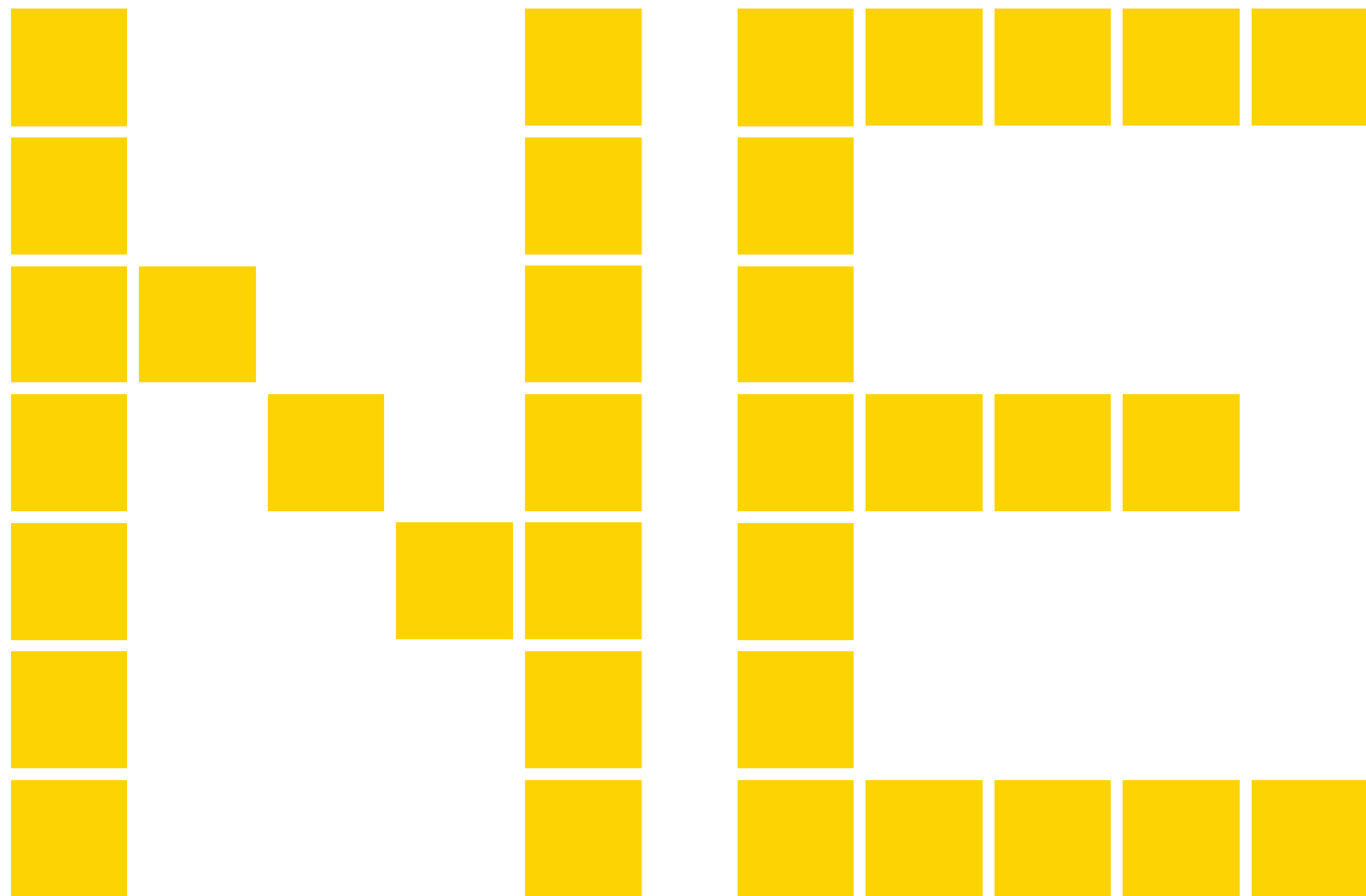
MEL AGENCY - Lorenzo Leo, Egizia Abbruzzese, Marianna Masi
Realtà aumentata, pop-up su landing page, call to action che indirizza al prodotto.

Augmented reality, pop-ups on landing pages, call to action directing to the product.

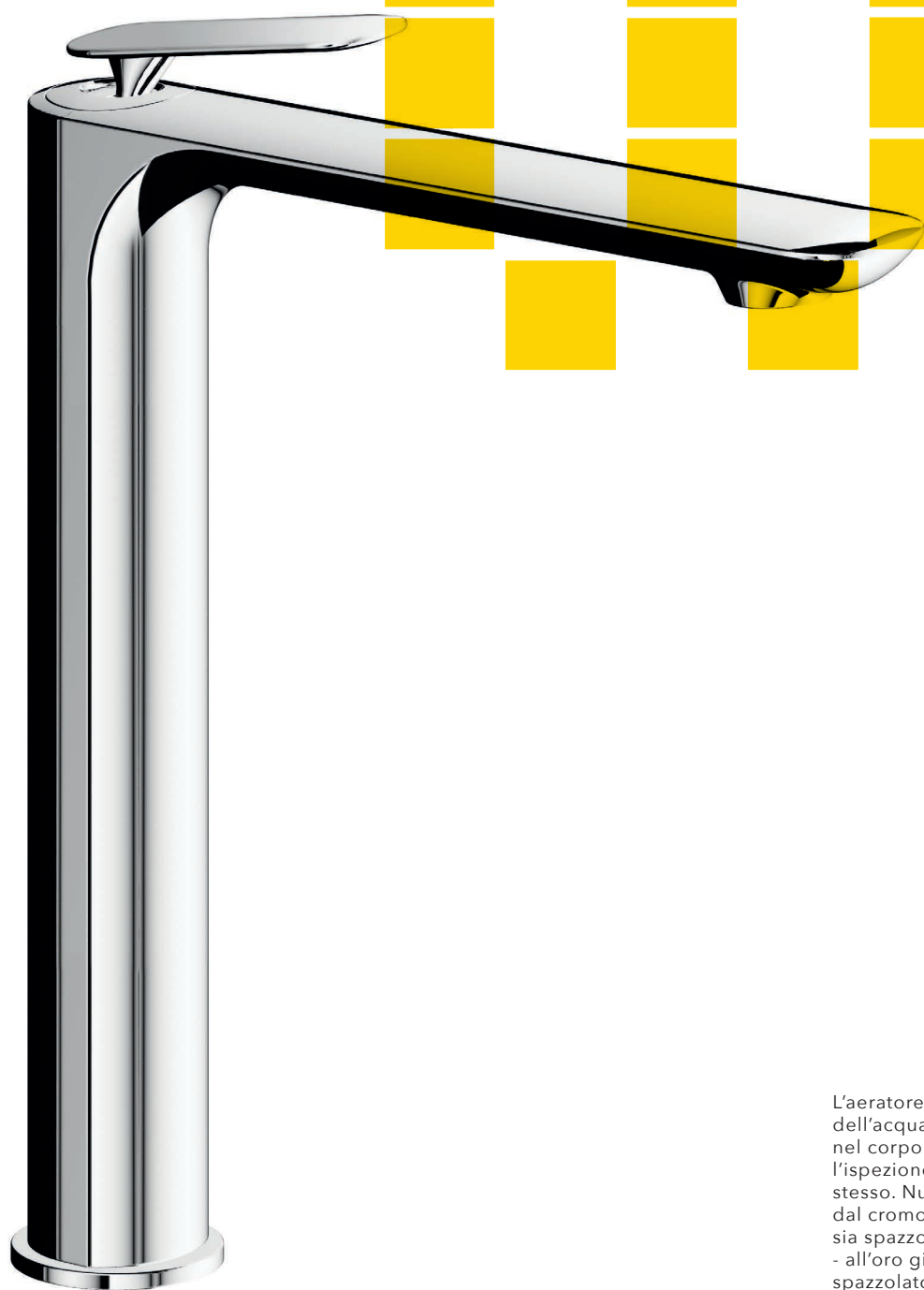
FOIL

"FOIL E' UNA LAMINA FLUIDA PROTESA NELL'ARIA ISPIRATA ALLE LINEE AERODINAMICHE ED ELEGANTI DELLO STREAMLINE ANNI 30".

"A FLUID FOIL STRETCHED OUT IN THE AIR INSPIRED BY THE AERODYNAMIC AND ELEGANT LINES OF THE 1930'S STREAMLINE".



2021



L'aeratore garantisce i 5l/m di consumo dell'acqua, l'innesco della leva comando nel corpo del rubinetto favorisce l'ispezione e la manutenzione dello stesso. Numerose le finiture disponibili, dal cromo al nero opaco, dall'oro rosa - sia spazzolato che lucido, entrambe pvd - all'oro giallo, dal cromo nero lucido o spazzolato fino al metallic spazzolato.

The aerator guarantees 5l/m of water consumption, the control lever connecting into the tap's body facilitates its inspection and maintenance. Numerous finishes are available, from chrome to matt black, from pink gold - both brushed and polished, both PVD - to yellow gold, from polished or brushed black chrome to brushed metallic.

IL DESIGNER

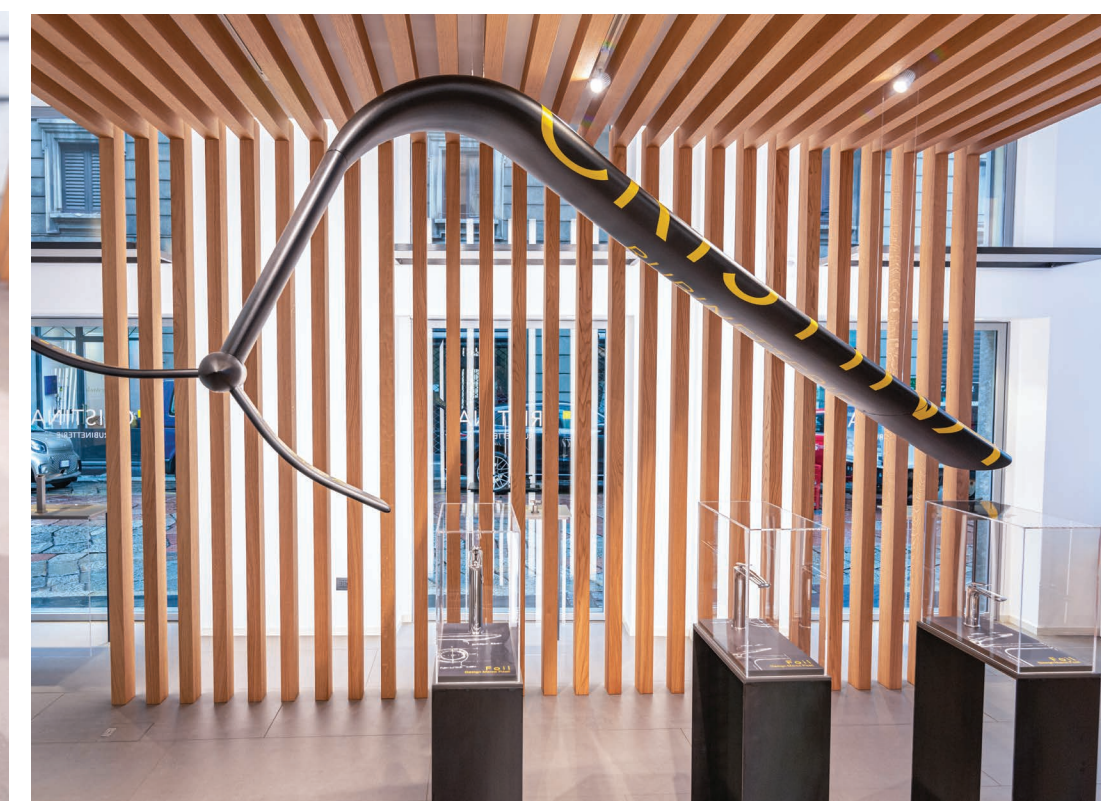
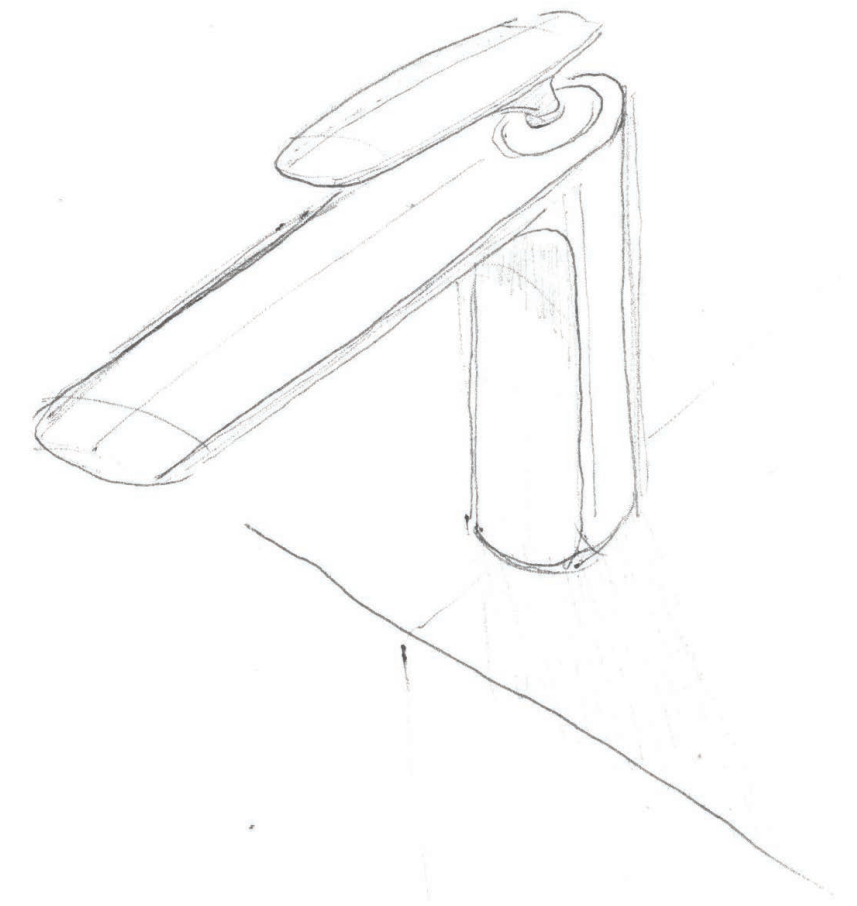
Marco Pisati

"Sebbene abbia firmato nella mia carriera professionale più di venti collezioni di rubinetteria per diverse aziende sperimentando molte estetiche e soluzioni tecniche, ritengo che FOIL sia un prodotto decisamente diverso. Come suggerisce il nome, si ispira nella forma alle appendici delle barche a vela di nuova generazione, capaci di navigare sollevate sull'acqua. Ma conserva anche l'aerodinamicità dello Streamline degli anni '30, la morbidezza delle scocche delle automobili degli anni '50/'60 e la fluidità di certe linee aerospaziali, settore in cui ho a lungo lavorato, disegnando interni e abbigliamento a gravità zero per gli astronauti. In FOIL ho voluto tradurre la natura dinamica dell'acqua in forma scultorea, eliminando la staticità della tradizionale rubinetteria, causata da problematiche ergonomiche e funzionali. Ho quindi ragionato su una forma circolare utilizzando archi di cerchio e di ellisse, progettando per corpo e bocca due curvature differenti. Queste volute differenze hanno generato un movimento leggero, che permea l'estetica dell'intera collezione. La leva sembra così slanciarsi in avanti, in un naturale invito all'utilizzo. La bocca - sotto cui si innesta fluidamente l'aeratore, che così scompare alla vista - è snella, generata da due archi differenti che si intersecano con bordi minimi, e termina con un'innovativa raggiatura morbida e semi ellittica. Il corpo del rubinetto, così disegnato, emerge in un personale nuovo modo".



"Although I have designed over twenty tapware collections for different companies in my professional career, experimenting with many different aesthetics and technical solutions, for me FOIL is decidedly a different product. As its name suggests, its shape is inspired by the ultra-modern nautical appendages of sailing boats able to sail above water. But it also preserves the aerodynamics of the Streamline style typical of the 1930s and the smoothness of the car bodies of the 1950s and 1960s, and the fluidity of certain aerospace lines, a sector in which I have worked for a long time, designing interiors and zero gravity clothing for astronauts. In FOIL, I wanted to translate the dynamic nature of water into a sculptural form, eliminating the static nature of traditional taps, due to ergonomic and functional issues. I then reasoned on a circular form using arcs of a circle and an ellipse, designing two different curvatures for the body and spout. These deliberate differences generated a light movement that permeates the aesthetics of the entire collection. The lever seems as if stretched forward, a natural invitation to its use. The spout - under which the aerator is fluidly inserted, thus disappearing - is slender, generated by two different arcs intersecting with minimal edges, and ends with an innovative soft, semi-elliptical radius. The faucet body, so designed, emerges in a personal new way".

Marco Pisati, designer



CRISTINA BRERA SHOWROOM

Installazione in occasione della Milano Design Week di aprile 2021

Temporary installation during Milano Design Week april 2021

IN THE WORKS

ELISA OSSINO STUDIO PER CRISTINA RUBINETTERIE

Elisa Ossino disegnerà il nuovo showroom milanese di CRISTINA Rubinetterie in via Pontaccio.

La sua visione è improntata a una concezione dello spazio che supera l'astrazione formale dei grandi display, i quali si limitano spesso a esporre il prodotto, per immaginare un luogo in cui sia forte la valenza esperienziale. Il progetto evoca una tensione ideale verso natura e sostenibilità nella scelta dei materiali, delle texture e della palette, enfatizzando il rapporto tra gli oggetti e la loro valenza funzionale.

"La collaborazione con CRISTINA Rubinetterie nasce nel segno di questa sfida a guardare oltre le convenzioni formali degli spazi espositivi e a valorizzare l'experience, coinvolgendo il visitatore in una conoscenza sensoriale ispirata alla naturalità dell'acqua", spiega Elisa Ossino.

In occasione del Fuori Salone 2021 Elisa Ossino ha realizzato per CRISTINA Rubinetterie **In The Works**, un apparato effimero all'interno dello stesso showroom che si pone di fatto come un teaser del suo intervento.

Questa struttura provvisoria, connotata da raffinate citazioni subliminali agli impaccaggi del Nouveau réalisme, s'inscrive nella volontà di delineare una sorta di progetto aperto, che conduce dal Salone di autunno a quello della prossima primavera, per il quale Elisa Ossino firmerà, oltre alle forme del nuovo showroom anche quelle dello stand in Fiera.

"Abbiamo scelto di raccontare il lavoro dei prossimi mesi generando uno storytelling per raccontare la nascita del nuovo showroom, ma anche lo stato di work in progress in cui ci troviamo in questo momento di ripartenza. Un tempo da vivere con la curiosità per i cambiamenti che si svelano in corso d'opera, e la responsabilità di un momento in cui riscriviamo l'idea stessa dell'abitare", conclude Elisa Ossino.



ph: Jessica Soffiati

ELISA OSSINO STUDIO FOR CRISTINA RUBINETTERIE

Elisa Ossino is the designer of the CRISTINA Rubinetterie new showroom located on Via Pontaccio in Milan. Her vision focuses on a conception of space that goes beyond the formal abstraction of large displays that, often, just display the product, and she imagines a place with a strong experiential value.

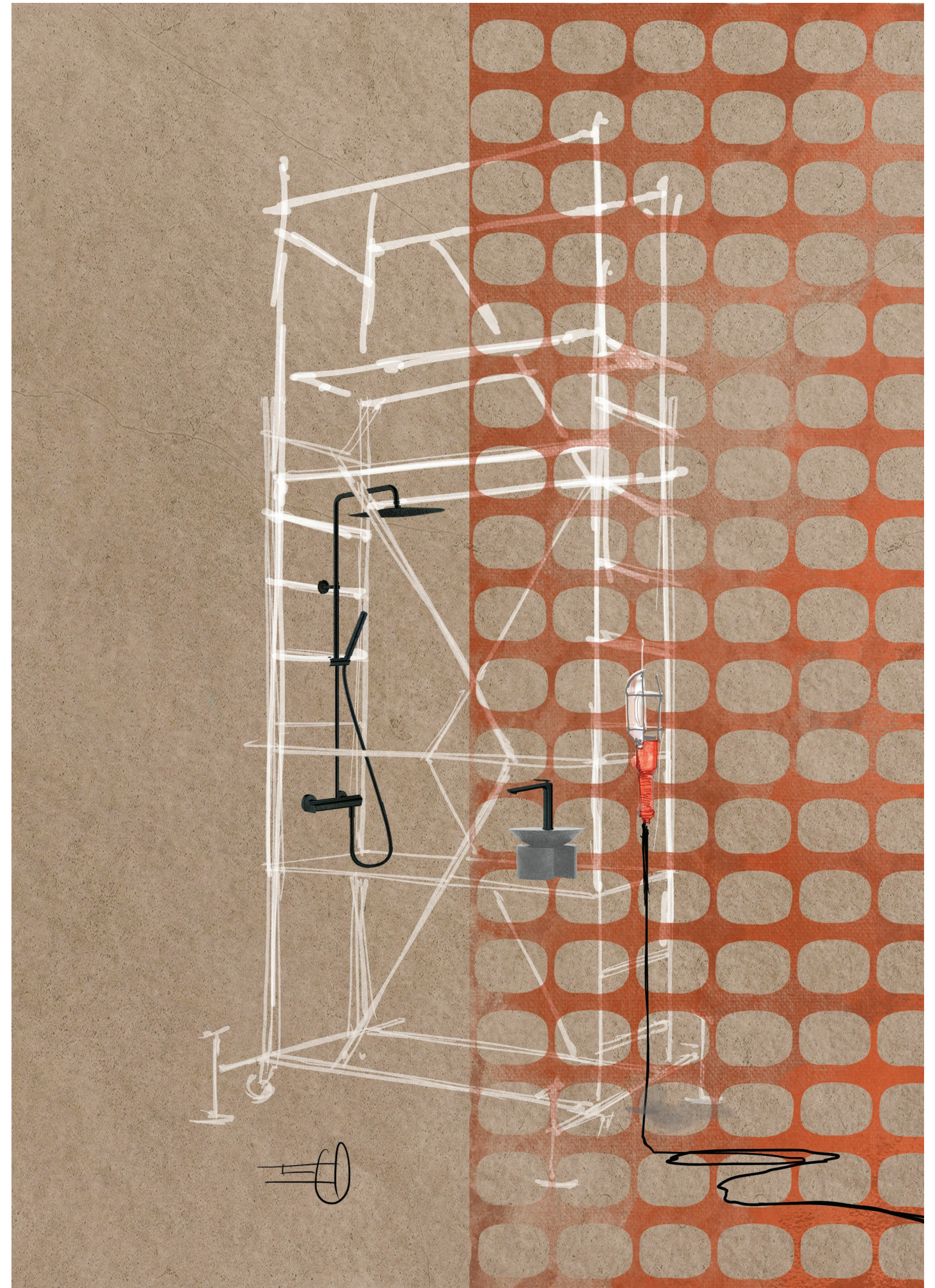
The project ideally tends towards nature and sustainability with the choice of materials, textures, and palettes, emphasising the bond between the objects and their functional value.

"The collaboration with CRISTINA Rubinetterie was born under this challenge to look beyond the formal conventions of the exhibition spaces and enhance the experience, involving the visitor in a sensory knowledge inspired by the naturalness of water," explains Elisa Ossino.

Elisa Ossino has created **In the Works** for CRISTINA Rubinetterie for Fuori Salone 2021. This is an ephemeral apparatus, inside the actual showroom acting as a teaser for her project.

This temporary structure, characterised by refined subliminal quotes to the Nouveau réalisme packaging, is part of the desire to outline a kind of open project, leading from the autumn Fair to the next spring one, for which Elisa Ossino will design not only the shapes of the new showroom but also those of the stand at the Exhibition Fair.

"We have chosen to narrate the work of the upcoming months by generating a storytelling of the birth of the new showroom, but also of our work in progress at this time of restart. A time to be lived with the curiosity for the changes revealed during the works, and the responsibility of a moment in which we are rewriting the very idea of living," says Elisa Ossino.



SEPTEMBER 2021 | Agenda

MILANO,
04/19 . 09 . 2021

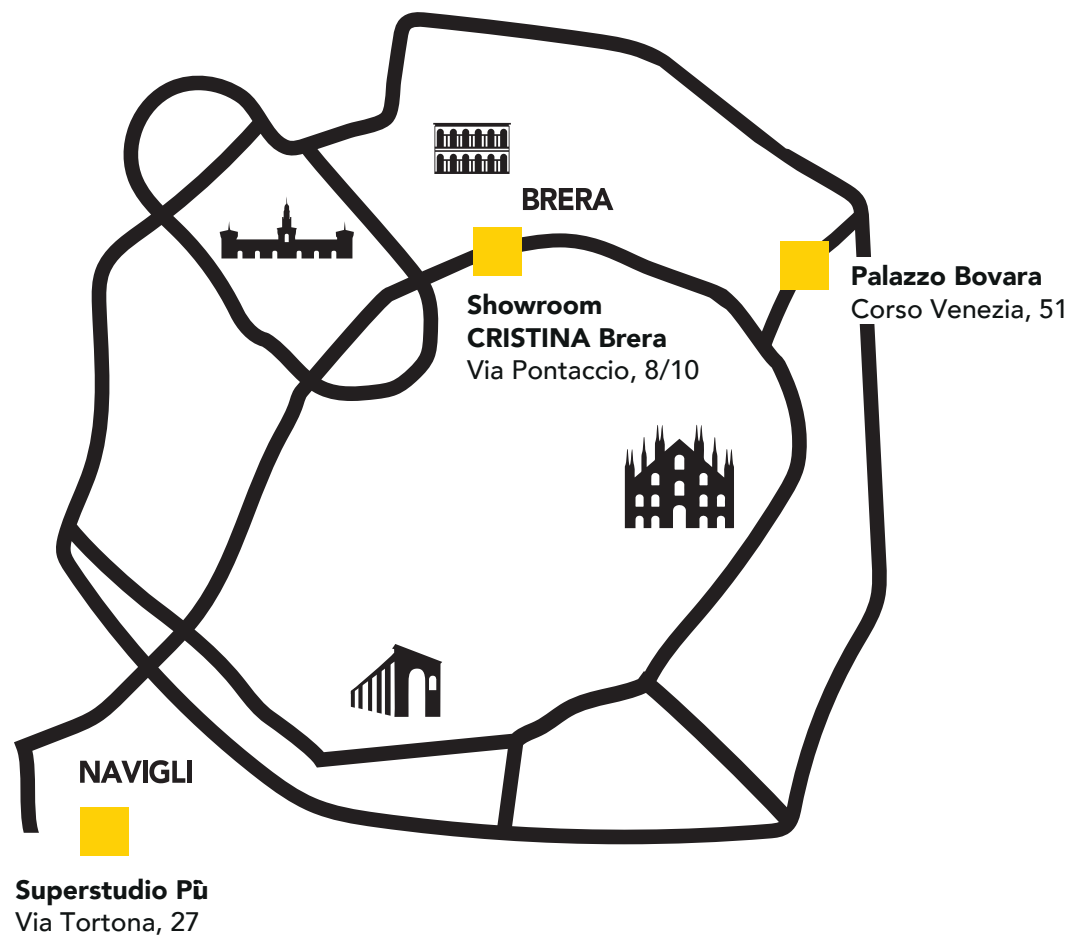
Brera
Design
District

F[®] FUORISALONE.IT

INTERNI & FUORISALONE 2021
4-19 September

SPERDESIGN
S H O W
SPECIAL EDITION

ELLE DECOR
ITALIA



CRISTINA BRERA SHOWROOM | VIA PONTACCIO 8/10

Brera Design Week in collaborazione con **Fuorisalone.it** (4 - 10 Settembre) e **INTERNI Fuorisalone** (4 - 19 Settembre) con:

"In the works", anticipazione del progetto di rifacimento dello showroom - first step by Elisa Ossino Studio e presentazione della nuova serie FOIL, design Marco Pisati.

Brera Design Week in collaboration with **Fuorisalone.it** (4th - 10th September) and **INTERNI Fuorisalone** (4th - 19th September) with: "In the works", preview of the showroom makeover project - first step by Elisa Ossino Studio and presentation of the new series FOIL, design Marco Pisati.

SUPERSTUDIO PIÙ | VIA TORTONA 27

Mostra **Supercampus** by **Giulio Cappellini** (4 - 10 Settembre)

Exhibition **Supercampus** by **Giulio Cappellini** (4th - 10th September)

PALAZZO BOVARA | CORSO VENEZIA 51

La Casa Fluida di **Elle Decor Italia** (4 - 12 Settembre)

Fluid Home by **Elle Decor Italia** (4th - 12th September)

BOLOGNA,
27. 09 / 01 . 10 . 2021

FIERA CERSAIE

Stand **Lapitec** www.lapitec.com

Project studio Didonè Comacchio Architects

VERONA,
29. 09 / 02 . 10 . 2021

FIERA MARMOMAC

Stand **Margraf** www.margraf.it

Project Cristina Celestino

BARCELONA, 15/16 . 09 . 2021

ARCHITECT@WORK BARCELONA

PARIS, 23/24 . 09 . 2021

ARCHITECT@WORK PARIS

Project ARGINE

Graphic Design Marketing CRISTINA Rubinetterie

Cover photo:
RACHAEL TALIBART
www.rachaeltalibart.com

Printed in Italy by NAVA PRESS SRL

CRISTINA SRL a socio unico
via G. Fava, 56 - 28024 Gozzano (NO) - Italy
T +39 0322 9545 - info@cristinagroup.com
cristinarubinetterie.com

Showroom CRISTINA Brera
via Pontaccio, 8/10 - 20121 Milano - Italy
phone +39 02 83970732 - cristinabrera@cristinagroup.com

