

Everyday Matters

A Study of being Present

Milano, Aprile 2026

CRISTINA Rubinetterie, attiva nel settore del bagno e del benessere dal 1949, annuncia un significativo cambiamento aziendale.

Da sempre dedita alla lavorazione appassionata della materia per creare prodotti funzionali e senza tempo, l'azienda intraprende oggi un nuovo percorso che ne rinnova l'identità più profonda.

Dall'acquisizione nel 2017 da parte di Caleffi, guidata dalla volontà di custodire un patrimonio produttivo e umano del territorio, l'azienda si è strutturata e innovata, mantenendo un DNA familiare molto forte e fedele a una storia intimamente legata al lago d'Orta e al distretto novarese della rubinetteria.

Oggi CRISTINA si ripositiona, ponendo l'individuo e le sue necessità al centro della propria filosofia e del proprio operato. Estetica, funzionalità e tecnologia guidano le scelte di business e di prodotto, grazie all'interpretazione di un giovane team, interno ed esterno, di esperti provenienti da diversi ambiti della creatività e del marketing.

Un programma di lavoro che ha portato a una revisione completa dell'identità visiva e della narrazione, riflettendo l'attenzione dell'azienda per i bisogni della persona e i temi del contemporaneo.

L'approccio e la personalità

CRISTINA si è posta una domanda: chi è, cosa rappresenta e cosa vuole diventare. La risposta data è un cambio culturale che, dal prodotto, mette al centro l'uomo. CRISTINA si è accorta che le persone sono cambiate: sanno come vogliono vivere e di cosa hanno bisogno. Si indagano così i temi della realtà e dell'autenticità per sviluppare un'idea, un prodotto. L'attenzione si sposta quindi sulla vita quotidiana e sui prodotti che, sempre più, diventano strumenti di espressione personale, essenziali e autentici, orientati a un "lusso discreto", in linea con i cambiamenti culturali contemporanei.

Il prodotto, la sala da bagno, la cucina e l'outdoor

Rispetto al prodotto, l'approccio è un'evoluzione piuttosto che una rivoluzione: migliorare ciò che già esiste come decisione sostenibile, etica e consapevole, e presentare prodotti sul mercato che soddisfano bisogni e migliorano le azioni quotidiane.

L'attenzione di CRISTINA si concentra su soluzioni complete, orientate al consumatore finale e al contract. La produzione interna consente infatti di studiare e offrire gamme articolate e trasversali e al contempo armoniche nella loro identità estetica.

CRISTINA

Salone del Mobile.Milano

La presenza di CRISTINA al Salone del Mobile.Milano sarà la perfetta occasione per mostrare questo cambiamento significativo nella direzione e nella mentalità: lo stand, intitolato "Everyday Matters. A Study of being Present", progettato da Experiential/H, è concepito come uno spazio da scoprire e un luogo che invita alla riflessione personale.

Un'esposizione realistica e credibile, lontana da scenari eccessivamente idealizzati o irraggiungibili. Una narrazione sensoriale che si snoda lungo un percorso, una visione olistica degli spazi abitativi, interni ed esterni, per una riflessione più ampia sulla vita quotidiana e sul benessere.

Al Salone del Mobile.Milano, CRISTINA presenterà una nuova interpretazione di Tricolore, l'iconica e storica collezione: un approccio modulare completamente nuovo che la renderà la serie più completa e personalizzabile sul mercato.

CRISTINA Brera

All'interno dello Showroom di Brera, il concetto Everyday Matters si espanderà con un'installazione artistica curata da Sarah Possamai, artefice anche dell'allestimento preview con cui CRISTINA ha svelato una prima parte del nuovo percorso. Durante la Design Week, lo spazio accoglierà un'installazione di oggetti d'uso quotidiano e i prodotti di CRISTINA prenderanno vita in modo inaspettato ed espressivo.

@cristinarubinetterie

<https://www.cristinarubinetterie.com/everyday-matters>

<https://www.cristinarubinetterie.com>

Press Office

Strategic Footprints

press@strategicfootprints.com

+39 345 9973327

CRISTINA