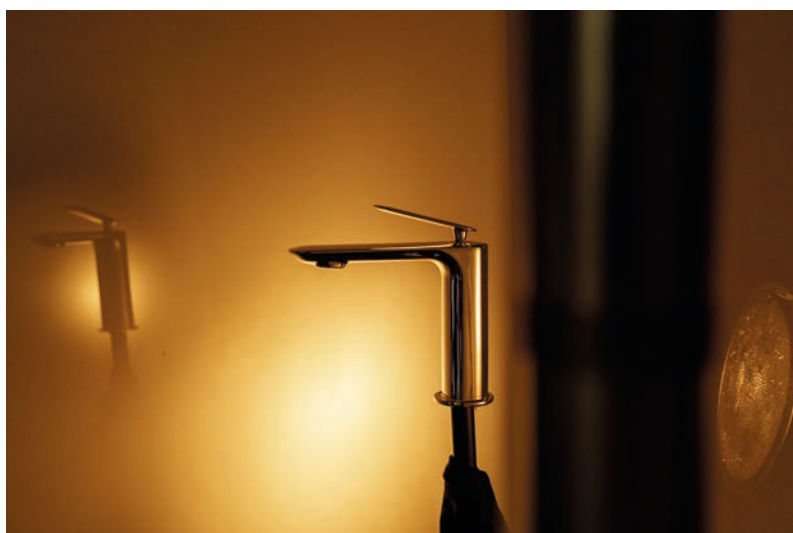


BACKSTAGE 324

# FOIL A FILO D'ACQUA

LA NUOVA COLLEZIONE DI CRISTINA RUBINETTERIE SI ISPIRA NEL NOME E NELLA FORMA AL MONDO DELLA BARCA A VELA E DELL'AERODINAMICA: LEGGERA E SLANCIATA LA LEVA, CARATTERISTICA DEL RUBINETTO, DA MOVIMENTO ALL'ACQUA E LA RINCORRE IN UN FLUIDO GIOCO DI SFIORI E RIFLESSI, CHE FANNO DI FOIL UN OGGETTO DINAMICO SIA NELLA MECCANICA SIA NELL'ESTETICA.

[DI CRISTINA MANDRINI - FOTO DI CAMILLA ALBERTINI](#)



**ilbagno**  
EXTRA+

**CLICCA  
QUI**



**F**oil appartiene a quella categoria di oggetti che il design ce l'hanno stampato addosso: nato dalla matita di Marco Pisati, il rubinetto si fa notare prima di tutto per l'armonia delle sue linee circolari e un po' sfuggenti, curve e controcurve amalgamate tra loro in modo fluido così da accentuarne l'aerodinamicità dell'oggetto.

“Durante il primo lockdown ho disegnato molto per curare l'anima, smontando e rimontando i miei schemi mentali e progettuali – ci confida Marco Pisati, che ha viaggiato da Firenze a Milano proprio per raccontarci questa novità che lo lega per la prima volta al brand Cristina Rubinetterie. – Foil è il risultato più interessante in questo senso, decisamente nuovo per quanto riguarda la mia produzione personale e dotato di un dinamismo diverso dal rubinetto tradizionale, senza però perderne di vista i necessari canoni tecnici per quanto riguarda altezze e proporzioni”.

La leva è protagonista: è l'elemento più slanciato che accompagna la bocca a si protende verso il fruitore. È un punto di contatto, di arrivo e di partenza: aziona il getto dell'acqua e vola via... Movimenti leggeri e giocosi che non hanno lasciato dubbi sulla scelta da fare tra le varie proposte presentate da Marco Pisati al management di Cristina Rubinetterie.

“È stato un colpo di fulmine – ricorda Daniele Mazzon, direttore generale di Cristina Rubinetterie. – Ci ha colpito subito la composizione multipla di curve da cui prende origine Foil e che ne fa un prodotto fluido, slanciato e dinamico. Abbiamo apprezzato il gioco degli archi di cerchio che si incontrano generando dei movimenti, accentuato ancor più dall'oggetto più simmetrico che è la leva, che si innesta sul corpo. È un prodotto giovane, facile da leggere e da interpretare in chiave progettuale, ma nello stesso tempo è unico, grazie alla ricchezza di riflessi creati dalle sue superfici curve. Foil, secondo noi, sposa bene le dinamiche dell'acqua!”

#### COMUNICARE CON IL PRODOTTO

Così Cristina Rubinetterie inaugura la serie di novità programmate per il 2021: con una “classica” collezione di rubinetteria a leva presentata in versione cromato lucido e disponibile in tutte le finiture Cristina.

La serie, che sarà disponibile sul mercato da settembre e posizionata su una fascia di prezzo “democratica”, contribuirà all'importante e profonda attività di rinnovamento dell'offerta iniziata nel 2020, azione che lo scorso anno ha visto il lancio di tre serie di successo: East Side, Cross Road e Tabula.

“I dati di vendita delle tre serie, relativi ai primi tre mesi dell'anno in corso, sono molto positivi e confermano la linea della nostra strategia di prodotto. L'anno scorso siamo stati penalizzati dall'emergenza Covid-19, che ha rallentato molto i programmi di lancio delle tre serie. Nonostante tutto non ci siamo arresi, e oggi i numeri ci danno ragione” afferma Daniele Mazzon.

Per un'azienda da sempre abituata a “comunicare con il prodotto” non è stato facile all'inizio adattarsi a forme alternative di contatto con il mercato e dialogo con la clientela. L'assenza di fiere e le chiusure imposte allo showroom milanese hanno sacrificato l'aspetto emozionale del prodotto, uno dei punti di forza delle collezioni Cristina Rubinetterie insieme alla qualità e al servizio, e sicuramente quello più difficile da raccontare attraverso una videocall. Per fortuna però l'anno scorso l'azienda non ha rinunciato a portare avanti il programma di re-branding a cui stava lavorando da tempo: nuovo brand, nuovo sito, nuovo catalogo fotografico Add Water, nuovo linguaggio, nuove serie.

“Abbiamo stabilito un nuovo punto di partenza. La nuova immagine è stata molto apprezzata dai nostri clienti e il nuovo modo di comunicare, attraverso strumenti più sofisticati, è considerata più idonea a trasmettere la forza e la qualità del nostro brand sul mercato italiano ed estero”. ■



**il bagno**  
OGGI E DOMANI  
**EXTRA+**  
**CLICCA QUI**

il Bagno Oggi e Domani  
Copertina n.324  
Soggetto: Foil  
Foto: Paolo Carlini  
Video: Igor Zilioli



Da sinistra: Paolo Carlini, Cristina Mandrini e Marco Pisati