

DISCOVER

■ CRISTINA
RUBINETTERIE

REBRANDING CRISTINA RUBINETTERIE 2020



Cristina Rubinetterie

FUORISALONE 2020

17 luglio 2020

Sono numerosi i momenti importanti nella storia di un'industria: l'entrata in azienda della nuova generazione, una acquisizione, un cambiamento societario, la realizzazione di un nuovo sito produttivo. Cambiamenti che coinvolgono ogni aspetto dell'attività, da quello produttivo alla commercializzazione fino all'organizzazione interna.

Fra questi step, il cambio del logo è forse quello più immediatamente visibile, percepibile da tutti a prima vista. Il logo, con le sue forme, i suoi colori, i suoi simboli, è la carta d'identità di ogni marchio. Racchiude l'idea originaria del fondatore, la nascita dell'intrapresa, i suoi valori di riferimento; racconta la storia dell'azienda, identificandone la mission, la visione imprenditoriale. Presente sui biglietti da visita, sui cataloghi, sulla carta intestata, su ogni documento aziendale, nonché sugli abiti di lavoro, sugli imballaggi dei prodotti, il logo è il tramite, il messaggero, la visibilità. Spesso, il segno grafico trascende l'idea stessa di un prodotto, diventa un mood, una icona. Il logo di CRISTINA Rubinetterie è stato, negli ultimi anni, un quadrato di colore giallo, con all'interno il cognome del fondatore. E ha accompagnato in questa forma molte tappe dell'evoluzione dell'azienda.

Oggi, CRISTINA Rubinetterie presenta la sua nuova carta d'identità, frutto di un lavoro artistico e creativo che ha coinvolto a più livelli l'azienda e dove, fin dal primo sguardo, ci si accorge delle importanti novità, che ne delineano una struttura identitaria ancor più unitaria. Il quadrato, simbolo di stabilità, forma geometrica che Platone considerava come "assolutamente bello in sé", reso ancor più forte dalla presenza degli angoli retti e non più stonati, assume quasi una vita propria, si stacca dalla firma aziendale. Il giallo, il più espansivo dei colori, la tonalità più difficile da spegnere, rimane, in una tonalità più calda, all'interno del quadrato. I quattro lati del quadrato continuano a fissare geometricamente i cardini della filosofia aziendale: l'esperienza, la passione per il lavoro, la ricerca tecnologica, il gusto per il bello. Un nuovo lettering caratterizza il nome dell'azienda, con la C iniziale ben definita; fa il suo ingresso la categoria merceologica con la quale opera l'azienda: CRISTINA Rubinetterie.

Il nero rimane la cromia che fissa nel logo il nome dell'azienda, confermando l'associazione al giallo come suo naturale colore complementare. In questo nuovo contesto grafico, il richiamo allo yin e yang, al dualismo fra elementi maschili come il quadrato, e femminili, come il colore giallo e Cristina, esprime un ruolo di stabilità, una dichiarazione d'intenti che va a evidenziare il carattere industriale del marchio. La nuova impronta vuole sottolineare la ferma volontà di CRISTINA Rubinetterie di essere immediatamente riconoscibile come uno degli attori di riferimento del proprio settore. Un attore protagonista, in Italia e nei sessanta Paesi nei quali l'azienda è presente con le sue collezioni di alto spessore, di forte caratterizzazione estetica.

Uno stand nuovo, riformulato architettonicamente in base alle esigenze percepite da CRISTINA Rubinetterie come più adatte al posizionamento del brand. Uno spazio che, nei nuovi volumi e nell'utilizzo di suggestivi elementi illuminotecnici, porrà in maggior risalto i prodotti presentati all'interno, offrendo al contempo una visione d'insieme che si rifà alle atmosfere termali e wellness. Atmosfere dove l'acqua è la protagonista, la fonte del racconto di un'azienda fortemente ancorata ai suoi principi, alla sua mission, ad un DNA che vede nel Made in Italy il perno dell'attività produttiva.