

**CROMOLOGY ITALIA CHIUDE  
POSITIVAMENTE IL 2016:  
aumentata la redditività dell'8% e la produttività  
dei siti fino al 17%**

L'azienda, leader nel settore delle vernici,  
nel 2016 guadagna spazio investendo nell'ottimizzazione  
dei processi e nella ricerca & sviluppo

Cromology Italia si conferma anche nel 2016 leader nel settore delle vernici chiudendo l'anno con numeri importanti che gettano una solida base per il 2017. In un mercato che vive una flessione costante, il gruppo mantiene, a pari perimetro, il fatturato generale consolidato sugli stessi livelli dell'anno precedente, aumentando la profittabilità dell'8%.

L'ottimo risultato sulla redditività aziendale è basato su un percorso di ottimizzazione dei processi aziendali che ha permesso di recuperare efficienza produttiva e logistica, e ottenere una significativa riduzione di costi.

L'hub logistico di San Miniato, grazie agli investimenti in ambito informatico e alla rivisitazione dei flussi logistici, ha implementato la sua produttività rispetto al 2015 del 17%.

Il Sito di Porcari, grazie all'applicazione pratica del problem solving in produzione e al confezionamento, è arrivato a produrre quest'anno oltre 300.000 kg di vernici in un solo giorno, mentre lo stabilimento di Resana, nel corso del 2016, ha incrementato la produttività del 12%.

Il lavoro di ottimizzazione della previsione delle vendite e della pianificazione della produzione, ha permesso di ottimizzare il magazzino, e mantenere eccellenti standard di servizio per i clienti sopra il 97.5%.

Il comparto R&D ha intrapreso percorsi di innovazione, a partire dalla scelta delle materie prime che consentano di ottenere un miglioramento delle prestazioni tecniche dei prodotti. Il 40% della R&D lavora sulle nuove tecnologie e oltre il 25% del fatturato è generato da prodotti sviluppati negli ultimi 3 anni.

Di pari passo va l'attenzione verso il cliente che, attraverso la Customer Experience, ha assunto un ruolo sempre più centrale nelle logiche aziendali. Tante sono le iniziative adottate, dai semplici, ma sempre graditi auguri di buon compleanno,

alle innovative indagini di Customer Satisfaction, fino al Customer Celebration day.

“Il nostro obiettivo per il prossimo anno è di concentrarci ancora di più sui clienti – dichiara Massimiliano Bianchi, direttore generale e AD Cromology Italia – Focalizzandoci sui marchi strategici vogliamo sviluppare nuove categorie di prodotto seguendo l’approccio di qualità totale in ogni singolo reparto per diventare, a tutti gli effetti, la migliore azienda di vernici di tutto il mercato italiano. Nel 2017 vogliamo rivoluzionare il concetto della produzione di vernici, curando due aspetti cruciali, quello tecnico e quello emotivo, proprio come racconta la nostra nuova vision”.

Una strategia che prevede non solo importanti azioni sul miglioramento del processo di innovazione di prodotti e servizi, competitività, efficienza operativa, ma anche una grande attenzione al benessere aziendale. Proprio su quest’ultimo punto Cromology ha lavorato intensamente introducendo strumenti come il PxLab, laboratorio di idee sul miglioramento del benessere dei dipendenti, l’indagine sul clima aziendale e la gestione del portale del dipendente.

---