

Author/Autore
Daniela Origgi

ORIGGI CONSULTING S.R.L.



Between the present and the future for Cromology Italia: innovation, sustainability and the real estate challenge

Tra il presente e il futuro di Cromology Italia: innovazione, sostenibilità e la scommessa sul Real Estate

For the Italian paint industry, 2025 was a negative year indeed. The end of important tax incentives supporting energy efficiency upgrades for buildings and growing geopolitical tensions contributed to a decrease in demand, especially in the professional products segment, where Cromology operates with the Settef brand. Volumes are expected to remain stable or slightly down in 2026. In this uncertain environment, what are the growth drivers we should focus on? We'll discuss this with Massimiliano Bianchi, CEO at Cromology Italia S.p.A.

Strategic choices that go against the market trend

"Faced with a market that, beyond the Superbonus period, shows no signs of growth, our choice was to go against the trend", Massimiliano Bianchi explained. Starting in 2021-2022, we lead a path of continuous investment that allowed us to revise our product offering for professionals, develop a comprehensive and cutting-edge technical services program, consolidate and train a dedicated marketing team, and progressively upgrade our distribution network. This enabled us, for example, to engage in ongoing dialogue with leading design firms and large companies on important development projects and to enter into exclusive commercial agreements with

Per il comparto italiano delle vernici, il 2025 è stato un anno particolarmente negativo.

Il venire meno di importanti incentivi fiscali a supporto della riqualificazione energetica degli edifici e le crescenti tensioni geopolitiche hanno contribuito alla contrazione della domanda, specialmente nel segmento dei prodotti professionali, nel quale Cromology è attiva con il marchio Settef. Per il 2026 si prevede una situazione di stabilità o leggera flessione dei volumi.

In questo contesto incerto, quali sono i driver di crescita su cui puntare? Ne parliamo con Massimiliano Bianchi, Amministratore Delegato di Cromology Italia S.p.A.

Scelte strategiche in controtendenza rispetto al mercato

"A fronte di un mercato che, al di là del periodo del Superbonus, non mostra segnali di crescita, la nostra scelta è stata quella di andare in controtendenza", spiega Massimiliano Bianchi. "A partire dagli anni 2021-2022 abbiamo intrapreso un percorso di continui investimenti che ci ha consentito di rivedere la nostra offerta prodotta per il professionale, met-



Manufacturing unit in Porcari (LU)
Impianto Cromology di Porcari (LU)



major paint distributors. We recorded a 20% increase in revenue, reaching E100 million annually, and tripled our EBIT in five years. Furthermore, these decisions allow us to gain market share and grow despite stable or declining industry forecasts”.

The company circular strategy approach

Cromology Italia’s current strategy goes beyond the concept of verticality:

for the past five years, the company has chosen to adopt a circular strategic path that directly involves all stakeholders in the supply chain: “We strongly believed in adopting a strategic vision that not only focused on market growth, but also included other aspects such as sustainability and training, and, linked to the latter, the implementation of services to support designers and large companies”.

This strategy is based on the challenge of offering a value proposition to all stakeholders: from team members to commercial partners and all professional players in the supply chain. “Especially for the professional sector, with Settef we have supported ongoing investments in the development of technical solutions and services that position the brand as a reliable reference throughout the entire process, ranging from material selection to design and post-construction phase”, continues Bianchi. Settef was one of the first companies to introduce the thermal insulation system to the Italian market. Nowadays, the Thermophon range stands out in the competitive scenario as particularly complete and innovative in terms of materials used and certified performance. The thermal insulation system has been combined with other solutions boosting efficiency of the building cladding, such as X-Reflex, a cool roof finish for horizontal surfaces; Thermocolor technology for heat-reflecting colours for facades; and Ciclo Termico 3 Power Tech for interiors and exteriors. The product offering is complemented by a service offering: our Technical Service follows the construction site in all its phases, including advanced services such as building damage analysis with a drone; certified thermographic analysis performed in-house; and design support provided via an app to correctly choose and design solutions.

“Innovation is a key asset for us: 20% of our turnover is generated by the products introduced to the market in the last 3 years”, commented Bianchi.

The best practice for the fourth group of paint manufacturers in the world

Being part of a large international group like Nippon Paint offers operational continuity and financial stability, but not only that: thanks to ongoing investments in



Massimiliano Bianchi,
CEO of Cromology
Italia S.p.A.

Massimiliano Bianchi,
Amministratore Delegato
di Cromology Italia
S.p.A.

tere a punto una proposta di servizi tecnici completa e all’avanguardia, consolidare e formare una squadra marketing dedicata e riqualificare progressivamente la nostra rete distributiva. Questo ci ha consentito, ad esempio, di iniziare a dialogare costantemente con importanti studi di pro-

gettazione e grandi imprese su importanti progetti di sviluppo e di stringere accordi commerciali in esclusiva con attori di primissimo livello della distribuzione nel mondo delle vernici. Abbiamo registrato un incremento dei ricavi del 20% raggiungendo i 100 milioni l’anno e triplicato l’EBIT in cinque anni. Le scelte fatte, inoltre, ci consentono, oggi, di erodere quote di mercato e crescere nonostante le previsioni stabili o in flessione del settore”.

Il percorso strategico circolare dell’azienda

La strategia attuale di Cromology Italia supera il concetto di verticalità: da 5 anni a questa parte l’azienda ha scelto di adottare un percorso strategico circolare che coinvolge direttamente tutti gli attori della catena: “Abbiamo fortemente creduto nell’adozione di una visione strategica che non avesse come obiettivo solo la crescita di mercato, ma che coinvolgesse altri aspetti come la sostenibilità e la formazione e, collegata a quest’ultima, l’implementazione dei servizi a supporto di progettisti e grandi imprese”. Alla base di questa strategia c’è la sfida di offrire una proposta di valore a tutti gli stakeholder: dai membri della squadra Cromology ai partner commerciali e a tutti gli attori professionali della filiera.

“Per il settore professionale, in particolare, con Settef abbiamo sostenuto investimenti continuativi nello sviluppo di soluzioni tecniche e servizi che posizionano il marchio come riferimento affidabile lungo tutto il percorso che va dalla selezione dei materiali, alla progettazione, alla fase post cantiere”, continua Bianchi.

Settef, è stata tra le prime aziende a introdurre il sistema di isolamento termico a cappotto sul mercato italiano. Oggi, la gamma Thermophon si distingue nel panorama competitivo come particolarmente completa e innovativa in termini di materiali impiegati e prestazioni certificate. Al sistema a cappotto sono state affiancate altre soluzioni per l’efficienza dell’involucro edilizio, come X-Reflex, finitura cool roof per superfici orizzontali; la tecnologia Thermocolor per i colori termoriflettenti per la faccia-



Production plant in Porcari (LU)
Stabilimento produttivo a Porcari (LU)

research and development, we can count on the acquisition and export of innovations that will then be adapted to the needs of the market in which we work”, Bianchi explains. “However, sharing value is not a one-way strategy. For example, when it comes to sustainability, Cromology Italia represents an international best practice for the Group”. “We welcomed the new European regulation on Greenwashing, which confirmed that our serious and structured approach in this area was the right choice. Environmental product certifications are no longer something qualifying or differentiating to be used as a marketing tool; instead, they should be considered part of the basic technical documentation of paint products. Sustainability is something much broader, which guides our choices, taking into account the environmental, economic, and social implications”.

Focus on Real Estate and large enterprises

The company’s ongoing commitment to consolidating its product and service offerings for the professional segment has led it to intensify its development efforts for 2026, targeting the real estate and large corporate sectors. “Real estate is increasingly driven by ESG criteria, brand identity, and the quality of the living experience. In this context, the use of appropriate coating systems and thermal insulation for the building envelope, as well as the use of color for exteriors and interiors, are tools for positioning and enhancing assets. With over 270 years of experience, Cromology has acquired internationally recognized expertise in these fields. Currently, we provide the real estate and large corporate sectors with a comprehensive range of strategic technical solutions and services for the successful implementation of their investments”.

ta e il Ciclo Termico 3 Power Tech per interni ed esterni. All’offerta di prodotto si affianca quella di servizio: il nostro Servizio Tecnico segue il cantiere in tutte le sue fasi, anche con servizi evoluti come l’analisi della patologia edilizia con drone; l’analisi termografica certificata realizzata internamente; il supporto progettuale erogato tramite una app per scegliere e progettare correttamente le soluzioni. “L’innovazione per noi è un asset centrale: il 20% del fatturato viene generato dai prodotti presentati al mercato negli ultimi 3 anni”, osserva Bianchi.

Una best practice per il quarto gruppo di vernici al mondo

“Essere parte di un grande gruppo internazionale come Nippon Paint offre continuità operativa e solidità finanziaria, ma non solo: grazie ai continui investimenti nella ricerca e sviluppo, possiamo contare sull’acquisizione e sull’esportazione di innovazioni che poi saranno adattate in base alle esigenze del mercato in cui operiamo”, spiega Bianchi. “La condivisione di valore non è però unidirezionale. Per il tema della sostenibilità, ad esempio, Cromology Italia rappresenta per il Gruppo una best practice internazionale”. “Abbiamo accolto molto favorevolmente la nuova normativa europea sul Greenwashing, che ha confermato quanto il nostro percorso serio e strutturato in questo ambito fosse la scelta giusta. Le certificazioni ambientali dei prodotti non sono più qualcosa di qualificante o differenziante da sfruttare come leva di marketing; dovrebbero essere invece considerate parte della documentazione tecnica di base dei prodotti vernicianti. La sostenibilità è qualcosa di molto più ampio, che guida le nostre scelte, tenendo conto delle ricadute ambientali, economiche e sociali”.

Il focus su Real Estate e Grandi Imprese per il 2026

Il percorso di consolidamento dell’offerta di prodotti e servizi per il segmento professionale ha portato l’azienda, per il 2026, a intensificare le attività di sviluppo dedicate al settore del real estate e delle grandi imprese. “Il real estate è sempre più guidato da criteri ESG, identità di marca e qualità dell’esperienza abitativa. In questo contesto, l’impiego dei corretti cicli vernicianti e di isolamento termico dell’involucro, così come la leva del colore in esterno e interno sono strumenti di posizionamento e valorizzazione degli asset. Attraverso una storia di oltre 270 anni, Cromology ha acquisito un’esperienza riconosciuta a livello internazionale in questi ambiti. Oggi mettiamo a disposizione del settore real estate e delle grandi imprese una gamma completa di soluzioni e servizi tecnici strategici per la buona riuscita degli investimenti”.