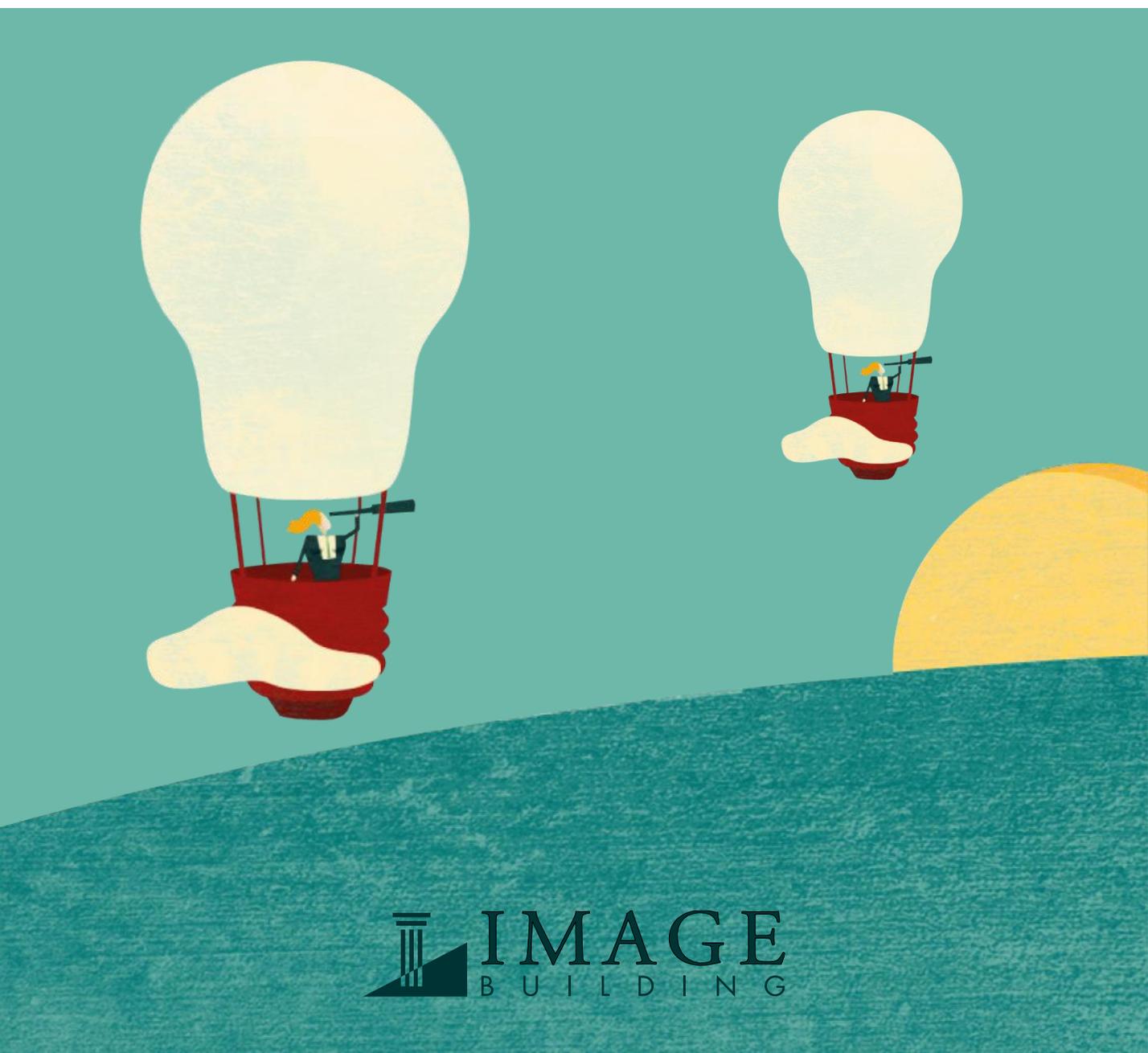


RASSEGNA STAMPA



Giugno 2024



ELENCO ARTICOLI_1

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Ambiente Cucina	maggio-giugno 2024	Advertorial dedicato al sistema Origina
Ambiente Cucina	maggio-giugno 2024	Articolo dedicato al reportage di EuroCucina 2024 in cui è presente il sistema ORIGINA
Progetto Cucina	maggio-giugno 2024	Cover story dedicata al sistema ORIGINA
Progetto Cucina	maggio-giugno 2024	Inchiesta relativa alle strategie commerciali con particolare focus all'ampliamento delle reti di punti vendita monomarca con intervista a Massimo Moroni, Direttore Commerciale Colombini Group sul tema
Marie Claire Maison	giugno 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Living (Corriere della Sera)	giugno 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Interni	giugno 2024	Articolo dedicato al reportage Fuori Salone 2024 in cui è presente il flagship store Febal Casa
Door (La Repubblica)	giugno 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Elle Decor	giugno 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Living Kitchen Issue	giugno 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Design.pambianconews.com	5 giugno 2024	Articolo dedicato ai nuovi trend utilizzati per progettare la cucina, in cui è menzionato anche il sistema MODULA
Design (La Repubblica)	12 giugno 2024	Uscita prodotto: sistema MODULA
Ad-italia.it	17 giugno 2024	Uscita prodotto: composizione MODULA
WWD.com	27 giugno 2024	Articolo relativo ai nuovi opening Febal Casa
Progettocucinabiz.it	27 giugno 2024	Articolo relativo ai nuovi opening Febal Casa
Uominiedonnecomunicazione.com	27 giugno 2024	Articolo relativo ai nuovi opening Febal Casa



ELENCO ARTICOLI_2

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Giornalesm.com	27 giugno 2024	Articolo relativo ai nuovi opening Febal Casa
WWD_pagina X	27 giugno 2024	Articolo relativo ai nuovi opening Febal Casa
Ambientecucinaweb.it	28 giugno 2024	Articolo relativo ai nuovi opening Febal Casa





Testata: Ambiente Cucina Data: maggio-giugno 2024

AMBIENTE CUCINA PER FEBAL CASA

DOVE TUTTO ORIGINA

A EUROCUCINA 2024, IN UNO SPAZIO CONCEPTO PER PROGETTI ABITATIVI, **FEBAL CASA** HA PROPOSTO LE COMPOSIZIONI DEL **SISTEMA ORIGINA**, CONCEPTO COME TEATRO DELLA SOCIALITÀ DOMESTICA: DECLINABILE, CONDIVISIBILE, EMOZIONANTE



La narrazione, la condivisione, il progetto: tutto comincia, si sviluppa e cresce in cucina, lo spazio più funzionale e insieme più emotivo di tutta la casa. Così è ininterrottamente ancora una volta da Febal Casa che ha messo al centro dei 5 sovrani abitativi proposti a Eurocucina

le composizioni del sistema **Origina**. Funzionalità, equilibrio di forme, comfort, bellezza ed essenzialità: eleganza con la giusta dose di ritmi e materiali sono gli elementi principali del linguaggio espresso da Origina, che genera "serie progettuali" diverse, per stile e spazio, accomunate

dalla capacità di trasmettere emozioni e benessere

Il design lascia libertà di interpretazioni personali, mantenendo un risultato rigorosamente minimal e di armonia estetica contemporanea, declinabile a seconda

della scelta della modularità, finitura, accessori e dettagli. Le cucine Origina sono concepite sempre più come un'estensione del living, con l'obiettivo di offrire la **massima libertà di progettazione** della cucina attraverso un sistema unico e trasversale di



Testata: Ambiente Cucina Data: maggio-giugno 2024



ORIGINA _ MARMO PATAGONIA

DOPPIA ISOLA, PERSONALITÀ PREZIOSA

Un ambiente accogliente, ricercato e sofisticato, dove gli spazi aperti giocano un ruolo fondamentale.

Qui l'esclusiva cucina Origina con anta profilo L, realizzata con **materiali preziosi** che conferiscono allo spazio unicità, si snoda su due volumi sinergici, **due isole realizzate in Marmo Patagonia** fanno da protagoniste. Fianchi e top incominciano i volumi con dettaglio di continuità a 45°. Come sfondo la 'Quinta scenica' da cielo a terra in impiallacciato rovere asiatico valorizza i due volumi frontali. Doppi rientranti contengono al loro interno i servizi, portando con **lo schienale magneto-lab** luce e stile, mentre i **pensili in vetro nero** enfatizzando le simmetrie.



ORIGINA _ ANTA LIBESKIND022

TEATRALE E ARCHITETTONICA

Composizioni dinamiche e finiture accattivanti contraddistinguono questo progetto realizzato con il sistema Origina, destinato a superare la tradizione e a riscrivere lo spazio. La cucina teatrale nella composizione e nella scelta delle finiture si caratterizza per la **forte personalità dell'isola al centro** caratterizzata dalla inconfondibile **anta Libeskind022**, oltre che da fianchi e top ceramica Travertino. La composizione delle colonne è in Rovere Europeo, rientranti singoli contengono i servizi enfatizzati dal color ceruleo. **La composizione a parete, in continuità visiva** con l'isola, riprende il Travertino e del Rovere creando uno sviluppo verticale che si fonde con l'intera architettura dello spazio.



ORIGINA _ ANTE A TELAIO LEGNO

VUOTI E PIENI DI CARATTERE

Raffinata e strutturata, in questa composizione di Origina ogni spazio è curato nei minimi dettagli per celebrare la convivialità. **Il suggestivo portale pensile** incomincia e **impresiosisce la zona operativa** che insieme all'isola frontale mantiene con le ante a telaio legno e con il grigio opaco uno schema tradizionale, ma con una coraggiosa proiezione verso la contemporaneità. Riscalda l'ambiente **il gioco di 'vuoti e pieni' di colore blu**, che si ritrova nei volumi dei pensili vetro e nell'area snack sul piano isola. **La nuova ceramica effetto arabescato** rafforza e porta luce alla composizione sia nei volumi orizzontali del top sia in quelli verticali dei fianchi e della schiena.

modularità, disponibile nelle altezze Standard e Over. Tra le novità del sistema Origina, che permettono le varie strategie nella progettazione, ci sono le **molteplici tipologie di ante** con diverse modularità e finiture. **L'Anta Telaio Alluminio** presenta un restyling

che parla di modularità e nuove tendenze con un'attenzione alla sostenibilità, grazie all'utilizzo di materiali 100% riciclabili quali il vetro, il Laminam® e il Neolith® e l'alluminio. **L'Anta Profilo L**, in cui il profilo a L posto in testa all'anta Origina, agevola

la presa con sistema di apertura a gola, conferisce un ottimo risultato funzionale ed estetico. Sono disponibili anche: Anta Profilo Alluminio, Anta Sagoma 3/, Anta Telaio Legno e Anta Scure. Una possibilità di scelta, quella che si esprime nel connubio tra tipologia di

ante e materiali, che è solo una delle componenti del ventaglio compositivo di Origina. Gli esempi di composizione del sistema in queste pagine, mostrano una selezione delle opportunità progettuali offerte dal sistema Origina della collezione CUCINA. Febal Casa



Testata: Ambiente Cucina Data: maggio-giugno 2024



FEBAL CASA

Ad Eurocucina Febal Casa ha presentato cinque "case", cinque progetti in cui l'architettura degli spazi si intreccia con l'arredo della cucina e degli altri ambienti, espressione del concetto di total living che connota le proposte del brand. In particolare, nella Case 01 - accogliente e sofisticata - le cucine **Origina (design Andrea Federici)** si modula in continuità con lo spazio celando attrezzature e contenimento nell'armadiatura a filo parete e a tutta altezza, con doppio ordine di ante in impiallaccato Rovere Asiatico. Nella zona inferiore, le colonne con ante rientranti nascondono una zona lavaggio/areopraviano e una zona forni/dispensa. Materassi preziosi per le due isole ante in Vetro Flutes Tortora, piani e fiancato in marmo Patagonia, piano snack sospeso in Fenix® nero.





Testata: Progetto Cucina
Data: maggio-giugno 2024





Testata: Progetto Cucina Data: maggio-giugno 2024

IL PRODOTTO DEL MESE

FEBAL CASA: COLLEZIONE CUCINA. SISTEMA ORIGINA

Funzionalità, equilibrio delle forme, comfort, bellezza ed eleganza essenziale con i giusti rimandi dei materiali sono gli elementi narrativi espressi da Febal Casa nelle cucine Origina, direzione artistica di Andrea Federici



ORIGINA - ANTA LIBESKIND022: ELEMENTI ARMONICI E LINEARI

Elogio dell'essenzialità e del senso dello spazio, questa composizione si distingue per gli elementi armonici e lineari, in contrasto con la forza espressiva dell'anta Libeskind022, nata dalla speciale collaborazione con l'architetto Daniel Libeskind, che destruttura per creare nuove geometrie. Liberare le forme, rompere gli schemi. Al centro della stanza, quasi a voler catturare la scena, l'anta Libeskind022 racconta una sperimentazione dello spazio architettonico, in cui la bidimensionalità lascia spazio alla tridimensionalità. Basi, pensili, accessori e piani di lavoro elegantemente celati all'interno di doppie ante rientranti che si aprono con un semplice tocco per un ambiente tutto da vivere e condividere.



Testata: Progetto Cucina Data: maggio-giugno 2024

Con le composizioni del sistema Origina della collezione CUCINA. Febal Casa, riscopre la cucina come segno distintivo di un'esistenza energetica, dove il focus è sull'individuo e sulle esigenze dello spazio abitativo.

IL DESIGN

Il design delle cucine nasce da un'idea di casa intesa come spazio aperto, dove gli ambienti possano interagire e integrarsi tra di loro in modo naturale. Le cucine del sistema Origina sono sempre di più un'estensione del living, diventando scenario ideale dell'abitare contemporaneo. Il risultato è rigorosamente minimal, a seconda della scelta della modularità, finiture, accessori e dettagli.

LIBERTÀ DI PROGETTAZIONE

Origina offre libertà di progettazione attraverso un sistema unico e trasversale di modularità disponibile nelle altezze Standard e Over. Tra le novità, le molteplici tipologie di ante con diverse modularità e finiture. Anta Telaio Alluminio con un restyling che parla di nuove tendenze con uno sguardo rivolto al pianeta, grazie all'utilizzo di materiali 100% riciclabili quali il vetro, il Laminam®, il Neolith® e l'alluminio. Anta Profilo L: il profilo a L posto in testa all'anta Origina, agevola la presa con sistema di apertura a gola conferendo un ottimo risultato funzionale ed estetico. Disponibili anche: Anta Profilo Alluminio, Anta Sagoma 37, Anta Telaio Legno e Anta Square.



Il design di Origina lascia libertà di interpretazioni personali, mantenendo un risultato rigorosamente minimal, a seconda della scelta della modularità, finiture, accessori e dettagli.





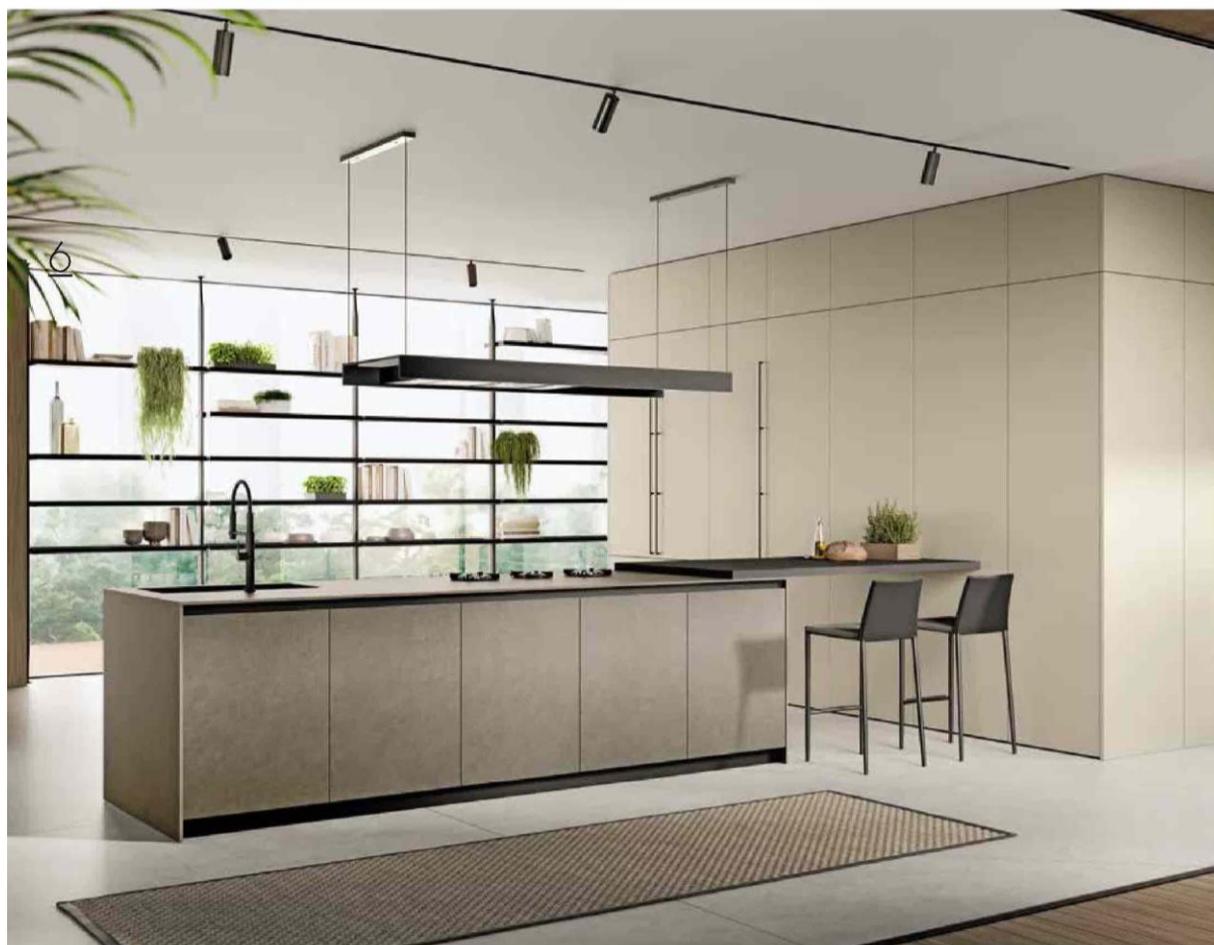
Testata: Progetto Cucina Data: maggio-giugno 2024

IL PRODOTTO DEL MESE

ORIGINA - ANTA TELAIO ALLUMINIO: LIBERTÀ COMPOSITIVA

Volimi che s'intrecciano per creare un ambiente in perfetta sintonia con lo spazio circostante. La composizione si distingue per le geometrie monomateriche che esprimono una libertà inaspettata. Pensata per superare il confine tra i vari ambienti della casa, dal dining al living, la cucina diventa elemento di continuità grazie ad arredi essenziali che donano armonia.

Nato dalla volontà di sperimentare il concetto di versatilità senza limiti, il sistema libreria Lapis risponde alle esigenze dell'abitare contemporaneo. Gli elementi in alluminio che scendono verticalmente fino a terra sono come radici che lasciano spazio alla libertà compositiva, così da dar vita ogni volta a una nuova estetica. Il fascino dal volume monolitico è l'ispirazione dell'isola centro stanza Febal Casa. Un solo materiale, il Laminam®, privilegia la funzione espressiva della materia e dà luogo a un pezzo d'arredo scultoreo e architettonico.





Testata: Progetto Cucina Data: maggio-giugno 2024



ORIGINA - ANTA PROFILO L: CONTRASTO CHIC E MODERNO

La composizione si propone come trait d'union tra interno ed esterno, tra la casa e il giardino/terrazzo. Elemento identitario: il banco snack dal colore e forma totemica. Appoggiato sul piano, con le sue stilose linee architettoniche, il banco snack Totem in Fenix Blue Shaba plasma elegantemente la composizione e trasforma un sobrio elemento funzionale in un'intrigante icona tutta da vivere. Le colonne armadio e i sopra colonna nobilitato Eucalipto si elevano fino al soffitto, assicurando il massimo contenimento. La linearità è interrotta dai vani a giorno Daily laccato opaco Mastice. La pratica maniglia Victoria degli armadi si abbina alle funzionali ante delle basi con presa a 'L' e profilo in alluminio. Uno stile spazzato che crea un contrasto chic e attuale. L'interno degli armadi è illuminato e soddisfa ogni esigenza di storage. Il piano lavoro e lo schienale sono in Neolith® Calacatta Silk. La boiserie attrezzata Movee Slim, funzionale e decorativa, può contenere ogni sorta di accessorio. L'anta unica del pensile composto da 180 cm in nobilitato Eucalipto con apertura a vasistas nasconde la cappa.



Testata: Progetto Cucina
Data: maggio-giugno 2024

32

VALORI *in* VETRINA

Le strategie commerciali di molti cucinieri prevedono un ampliamento delle reti di punti vendita monomarca gestiti da partner. In questo modo il brand si garantisce visibilità, accesso al mercato e soprattutto la perfetta trasmissione dei suoi valori. Progetto Cucina ha approfondito il tema con l'industria

di Serena del Giudice

PROGETTO CUCINA • MAGGIO-GIUGNO 2024



Testata: Progetto Cucina Data: maggio-giugno 2024

L'obiettivo, in molti casi già raggiunto, è la dimensione: non fine a sé stessa ma tesa a raggiungere quella 'massa critica' necessaria per ottenere le economie di scala necessarie in un contesto empre più concorrenziale e soprattutto per giustificare i crescenti investimenti in conto capitale richiesti dal mercato. Per questo, ormai da tempo, i cucinieri italiani hanno puntato sull'estensione degli sbocchi diretti sul mercato attraverso reti di negozi monomarca.

Massimo Moroni, Chief Commercial Officer di **Colomnini Group** lo spiega chiaramente: *"la strategia commerciale delle aziende si sta spostando in maniera sempre più importante verso una distribuzione monomarca e federata. Sono necessari investimenti in piani di comunicazione e sistemi 'drive to store', in progetti di formazione e nei software per la grafica e la progettazione che difficilmente possono essere sostenuti senza un network adeguato"*.

Attraverso partnership con imprenditori generalmente ben radicati nel territorio, molti brand italiani hanno potuto raggiungere una dimensione importante, presidiando le grandi città così come i centri medi e perfino medio-piccoli. **Lube Cucine**, per esempio, sommando gli store a marchio Lube con quelli a marchi **Creo Kitchen**, dispone di

"Offriamo un supporto personalizzato per aiutare i nostri partner a sviluppare le loro competenze e a raggiungere il successo nella promozione dei nostri prodotti"

Pasquale Consola, Direttore commerciale di Aran World



Pasquale Consola,
Direttore commerciale
di Aran World



Il Flagship Store di
Aran World in piazza
San Gaudimio a
Milano



Testata: Progetto Cucina Data: maggio-giugno 2024

INDUSTRIA

“Siamo uno dei principali player a livello internazionale in grado di offrire arredi per tutta la casa nel segmento premium”

Massimo Moroni, Chief Commercial Officer di Colombini Group



Massimo Moroni,
Chief Commercial
Officer di Colombini
Group

di una rete di 650 store che **Massimo Giulianelli**, Direttore commerciale di Lube Cucine definisce “abbastanza omogenea su tutto il territorio nazionale”.

I brand offrono ai loro rivenditori un’ampia gamma di servizi: “mettiamo a disposizione più di 50 professionisti per garantire il massimo successo del punto vendita partner: dalla progettazione e allestimento del negozio fino ad aree dedicate all’interno del nostro portale”, nota **Pasquale Consola**, Direttore commerciale di **Aran World**. Lo stesso vale per Colombini group che, come afferma Moroni, trasferisce al partner “know-how di prodotto e progetto, supporti per la vendita e consulenza in attività di marketing per far sì che il punto vendita performi al meglio sia nel breve, che nel medio-lungo termine”.

IL TREND VERSO LA SPECIALIZZAZIONE

L’andamento del mercato italiano dal punto di vista quantitativo è debole: come sottolinea Moroni “nel 2023 ha subito un calo del 3% inferiore se confrontato agli altri comparti dell’arredamento”, ma ad esso si accompagna un’evoluzione qualitativa della domanda. “Da parte del cliente”, commenta Giulianelli, “c’è un’attenzione mag-



Store Febal Casa



Testata: Progetto Cucina Data: maggio-giugno 2024



giore non solo alle cucine ma a tutto il contesto che le circonda: una maggiore volontà di conoscere la storia dietro alle cucine e la necessità di capire e comprendere che cosa si celi nel significato di avere una cucina. Sicuramente è un lato molto positivo, che però porta sostanziosi cambiamenti e attenzioni soprattutto nel reparto vendita". Il punto di incontro fra queste due tendenze è l'evoluzione dei canali di vendita verso una sempre maggiore specializzazione. "Negli ultimi dieci anni abbiamo assistito ad un progressivo, ma inesorabile trend che ha visto la vendita delle cucine concentrarsi principalmente presso negozi specializzati. A conferma del fatto che il prodotto cucina ha bisogno di un alto grado di competenza per poter essere proposto", sottolinea Consola. "La specializzazione è diventata un aspetto sempre più cruciale per un cliente che sta effettuando un investimento ponderato e di lungo termine", conferma Giulianelli, "per questo lavoriamo soprattutto con negozi dedicati e specializzati solo nell'ambiente kitchen, punto in cui crediamo fortemente e per il quale stiamo ancora lavorando".

MONOMARCA SÌ, MA MONOPRODOTTO?

A questo elemento si aggiunge ovviamente la visibilità che una rete di store a marchio proprio garantisce al brand. Le vetrine ampie e ben allestite si affacciano nei luoghi di maggior passaggio e trasmettono anche visivamente i valori e la qualità da associare al brand: un risultato che è ben più difficile raggiungere attraverso un negozio multi-marca. Come sottolinea Giulianelli "la localizzazione dei nostri negozi, sparsi in tutta Italia, ci permette di entrare in contatto con il cliente. Avere una bella vetrina in un centro abitato ci consente di diventare veri e propri ospiti all'interno della città, creare un vero contatto tra il brand e la comunità nella quale andiamo a inserirci".

IL DETTAGLIO CHE FA LA DIFFERENZA

Vendere una cucina significa anche condividere con il consumatore un set di valori e dare risposte "alle esigenze sempre più specifiche relative a un ambiente che nel corso degli anni si è profondamente modificato, diventando, di fatto, il cuore di una casa. Tecnologia, spazi, contenitori, materiali, sostenibilità, durabilità. Per un partner o per un consumatore", nota il Direttore commerciale di Aran World Pasquale Consola, "scegliere il nostro brand vuol dire scegliere consapevolmente un'azienda che ha tutt'oggi l'intera produzione ancora in Italia in 10 grandi impianti produttivi altamente automatizzati ed efficienti, ognuno certificato. Vuol dire scegliere prodotti realizzati secondo processi sostenibili e con pratiche di produzione responsabili per ridurre l'impatto ambientale dei nostri prodotti, e con materiali sostenibili, come ad esempio le vernici ad acqua".

La rete di punti vendita deve essere in grado di trasmettere i valori in cui l'azienda crede: la sostenibilità in primo luogo. "C'è un'attenzione molto importante sulla sostenibilità riferita a tutto il processo produttivo. Ad esempio", spiega il Direttore Commerciale di Lube Cucine Massimo Giulianelli, "Lube Cucine ha all'interno del proprio sistema un'azienda che produce antine: sorvegliamo quindi l'intero processo, dai partner ai fornitori, attenti alle certificazioni da loro ottenute: i materiali sono sempre più nuovi e a basso impatto". Nella definizione della strategia monomarca Febal Casa si differenzia in quanto propone una offerta 'total living' che va oltre la semplice cucina, "L'ampia trasversalità di soluzioni, forme, colori e materiali dalle caratteristiche diverse, ma allo stesso tempo coordinate, garantisce un equilibrio e una coerenza stilistica tra i diversi ambienti dell'abitazione", commenta Massimo Moroni, Chief Commercial Officer di Colombini Group, "il brand Febal è proiettato verso un consumatore che non vede differenziazioni fra l'ambiente cucina e il resto della casa, e apprezza l'idea di avere in Febal Casa un solo punto di riferimento per tutti gli ambienti della casa: dalla cucina, alla zona giorno, alla zona notte, fino ad arrivare alle proposte per le camerette dei bambini e dei ragazzi".

Se la rotta dei cucinieri italiani verso il monomarca è definita, lo stesso non si può dire della specializzazione nella categoria delle cucine. **Febal Casa** ad esempio "è in grado di offrire arredi per tutta la casa nel segmento premium", come nota il Direttore commerciale: "oggi gli interni devono essere sempre più ibridi e multifunzionali. Gli arredi diventano lo scenario ideale di più funzioni domestiche".

LA FORMAZIONE DEGLI ADDETTI

La formazione del personale addetto al contatto con il cliente è insieme uno degli aspetti distintivi e uno dei punti critici della strategia monomarca e permette un canale diretto fra il brand e l'interfaccia con il consumatore. ■



Testata: Progetto Cucina Data: maggio-giugno 2024

PROGETTO

“Lube lavora con negozi dedicati e specializzati nell’ambiente kitchen, punto in cui crediamo fortemente”

Massimo Giulianelli, Direttore commerciale di Lube Cucine



Massimo Giulianelli,
Direttore commerciale
di Lube Cucine

Questo è sempre più importante perché oggi il personale degli store non deve solo ‘saper vendere’ e conoscere gli aspetti tecnici del suo lavoro e del catalogo: deve trasferire i valori distintivi del brand.

“In questo senso la formazione è un elemento fondamentale per garantire il successo”, sottolinea Consola, intendendo il successo del brand e dei partner. “A questo scopo”, continua il Direttore commerciale di Aran World, “la nostra offerta formativa è stata soggetta a costanti interventi per rispondere alle esigenze mutevoli del settore e alle sfide emergenti. Abbiamo sviluppato programmi di formazione interna che vengono costantemente aggiornati per integrare nuove conoscenze e competenze. Abbiamo ampliato la nostra offerta di formazione per includere i nostri partner, istituendo l’Aran Academy”, rivendica il manager, “con programmi che mirano a fornire loro una conoscenza approfondita dei nostri prodotti, delle tecniche di vendita efficaci e delle ultime tendenze di design”. Parte della formazione può essere effettuata a distanza ma spesso non basta: “vogliamo far comprendere ai nostri negozianti cosa significa essere Lube e che mondo c’è dietro a ogni cucina”, ricorda Giulianelli, “gli addetti dei nostri store devono conoscere tutto il lavoro che c’è dietro ai prodotti. Vogliamo che attraverso di loro il clien-



Uno dei 650 store
della rete creata
da Lube



Testata: Progetto Cucina Data: maggio-giugno 2024

te abbia la possibilità di immergersi nel nostro mondo". Anche se, soprattutto dopo il lockdown, i programmi di formazione dei cuccinieri sono sempre più spesso online, "in Lube preferiamo tenere questi corsi in presenza: invitiamo i negozianti nella nostra sede per 1-2 giornate, una sorta di 'full immersion Lube' per spiegare come una cucina firmata Lube nasce e viene costruita, concentrandoci anche sulle tecniche di progettazione", nota Giulianelli. Anche Febal e più in generale il Gruppo Colombini ha istituito una 'università' interna. "La nostra Colombini Academy", racconta Moroni, "realizza percorsi di eccellenza per la formazione e l'aggiornamento del personale e dei partner commerciali di tutti i brand del Gruppo. La Colombini Academy è strutturata in due percorsi di formazione professionale: Sales Academy, dedicato alla rete di vendita e ai partner commerciali italiani e internazionali; Production Academy, creato appositamente per formare il personale di produzione, al fine di svilupparne le competenze operative".

Nel 2023 Colombini Academy ha realizzato oltre 90 corsi in presenza per un totale di circa 230 giornate e 8.000 ore di formazione online, coinvolgendo 600 clienti e agenti italiani ed esteri anche presso i clienti stessi. Nel 2023 è partito il nuovo format del Master Febal Casa Avanzato per accrescere le capacità di progettazione evoluta e apprendere come aumentare cross-selling e upselling.

Febal non dimentica la formazione delle squadre di mon-

tatori dei suoi partner: "quest'anno è partito il servizio Service Express", continua il Direttore commerciale, "con i nostri montatori esperti dedicati che si recano presso i punti vendita o nei cantieri per fornire formazione dedicata alle squadre di montatori. L'obiettivo è trasmettere il nostro know-how in ottica di formazione sul campo. Anche all'estero prevediamo un rafforzamento della presenza formativa".

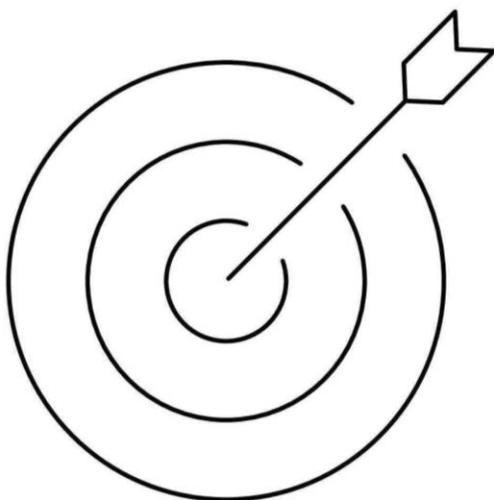
Aran World ha creato un catalogo di corsi di formazione online per consentire ai suoi partner di accedere alla formazione in qualsiasi momento e ovunque si trovino. "Continueremo a investire nella formazione come parte integrante della nostra strategia aziendale per garantire il continuo sviluppo e successo nel mercato", dichiara Consola.

UNA CRESCITA PIÙ SMART

La crescita quantitativa delle reti monomarca proseguirà? Ci sono degli obiettivi prefissati a uno o tre anni? I manager intervistati da *Progetto Cucina* non si sbilanciano: "è impossibile prevedere con certezza quello che succederà: l'intero comparto sta vivendo una fase complicata. Indiscutibilmente non c'è più la crisi dei prezzi di prima ma ci si può aspettare un abbassamento del mercato", ricorda Giulianelli. I brand restano attenti e ricettivi alle opportunità che provengono dai territori: "nella scelta del rivenditore cerchiamo le location, le risorse umane e l'orientamento ai valori della marca", elenca Moroni. Al tempo stesso però le aziende del settore cercano di anticipare l'evoluzione della domanda. "Il settore sta evolvendo per rispondere alle esigenze e alle tendenze dei consumatori odierni", riflette Consola, "vediamo un'attenzione crescente alla personalizzazione con soluzioni di design che rispecchiano sempre più lo stile di vita dei consumatori, le loro esigenze e le loro preferenze estetiche; per non parlare della tecnologia con la crescente domanda di soluzioni smart".

Questa evoluzione sembra premiare la scelta di puntare sui monomarca, che assicurano al brand un controllo quasi completo su ogni aspetto dell'offerta.

È da vedere se la crescita dimensionale delle reti commerciali sia coerente con la crescente complessità del customer journey del consumatore, che comprende sempre più spesso social media e siti, che richiede sempre più informazioni ed è alla ricerca di elementi distintivi che valorizzino la sua scelta. Insomma coprire il territorio con una rete sempre più fitta di bandierine può essere il primo passo ma potrebbe non essere sufficiente. **D**





Testata: Marie Claire Maison (Marie Claire)
Data: giugno 2024



Linearità e purezza delle forme disegnano il sistema Origina di **Febal Casa**, in un'alternanza di volumi fra isola, schienali attrezzati e armadi ad ante rientranti.



Testata: Living (Corriere della Sera) Data: giugno 2024

16 ★ FEBAL CASA

Origina, art direction by Andrea Federici. Isola abbinata a piano snack impiallacciato eucalipto. Sul fondo, blocco funzionale con ante rientranti Libeskind022 in laccato opaco bianco puro, creato in collaborazione con l'architetto Daniel Libeskind
➤ [FEBALCASA.COM](https://www.febalcasa.com)





Testata: Interni
Data: giugno 2024



TOTAL LIVING



Nel flagship store di **Febal Casa**, brand di soluzioni di arredo per tutti gli ambienti, è andata in scena la rappresentazione del concetto di fluidità degli spazi tanto caro all'azienda. Collezioni trasversali e sinergiche per creare un ambiente coordinato e accogliente in tutta la casa.



Testata: Door (La Repubblica)
Data: giugno 2024

FEBAL CASA
ORIGINA



DESIGN
Febal Casa

Molteplici tipologie di anta hanno varie finiture e modularità. Qui in versione profilo I, con top e boiserie in Neolith 100% riciclabile.



Testata: Elle Decor
Data: giugno 2024

PROGETTI



A scomparsa

Propone soluzioni compositive intelligenti la collezione Origina di Febal, direzione artistica di Andrea Federici, con un plus estetico: gli armadi con ante rientranti che compongono e scompongono l'area cucina all'occorrenza, disegnando spazi formalmente rigorosi o tecnologici. All'interno, zone contenimento, piani di lavoro estraibili, barre elettriche e device come frigorifero e forni. La libertà di comporre si estende anche agli accessori, da scegliere in un vasto repertorio di complementi. febalcasa.com



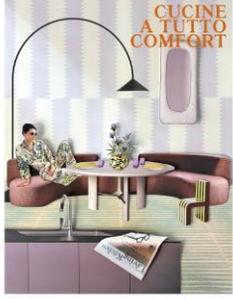
Testata: Living Kitchen Issue (Corriere della Sera)

Data: giugno 2024

INTERNI

INTERNI





Testata: Living Kitchen Issue (Corriere della Sera) Data: giugno 2024

INTERNI

Origina Square Over, Febal Casa. Isola centrale realizzata con anta tridimensionale Libeskind 022, nata dalla collaborazione con l'architetto Daniel Libeskind. Piano snack Sinterio e sgabello Linda con seduta e schienale in cuoio antracite. Le colonne in laccato Metal Viva finitura

Champagne incorniciano l'elemento centrale con telaio alluminio Over, ante in vetro opaco nero, top e schienale in Abitum Pietra Nera > febalcasa.com

Vaso bicolore Numa Pompilio, Pop Pot; alzata Selene in marmo, Elisa

Ossino per Paola C.; ciotola e vasi Pino in paper clay, Paola Paronetto. Tappeto Fortino in lana e seta, Barbara Frusa per Alberto Levi Gallery. Carte da parati Atellano, Postaluppi Pattern Project di Pictalab, e Daydream di The Elusive Otter, Wall&Decò





Testata: Living Kitchen Issue (Corriere della Sera)
Data: giugno 2024

INTERNI



Per
approfondire



DARIA PANDOLFI - OMAR SARTOR

Transizioni fluide e approccio fusion sono i nuovi must dell'universo cooking

Mescolare, combinare, connettere: è la call to action per progettarne il futuro. Palese nell'elaborazione di spazi liberi da costrizioni, nell'uso di un melting pot infinito di materiali e nel dialogo sempre più coeso tra natura e tecnologia.



Abbatte ogni barriera e confluire armoniosamente in altri ambienti abitativi: è questo il top trend della cucina del 2024 che rivendica il proprio ruolo di centralità e comincia ad appropriarsi di spazi sempre più estesi fino a fondersi totalmente con il living per creare una zona giorno aperta, fluida e plurifunzionale che diventi un tutt'uno omogeneo. Negli anni infatti la sua concezione si è decisamente evoluta trasformandola sempre di più in un luogo di condivisione e convivialità ovvero in uno spazio che vada ben oltre la preparazione dei pasti e che abbracci anche concetti come l'evoluzione della socialità, del modo di vivere la casa e di accogliere le persone e talvolta anche di approcciarsi al lavoro.

Versatilità e dinamismo diventano le parole chiave per definire quest'area simbiotica che mette al centro un elemento imprescindibile come l'isola che, caratterizzata da superfici e spazi di lavoro dalle funzioni multiple, favorisce un'ampia libertà di movimento e una grande sensazione di apertura. A darle manforte in questa esigenza di fluidità la scelta di mobili sospesi, armadiature a giorno e boiserie modulari, dalla flessibilità compositiva e soprattutto personalizzabili in base al proprio stile e alle proprie esigenze. A reinterpretare la cucina come ambiente che favorisca la convivialità, conferendogli una marcata impronta architettonica e materica unita alla massima funzionalità, è il progetto Stilo firmato da Spalvieri & Del Ciotto per Scavolini. Composta da un'imponente isola dall'eleganza scultorea con ante in Fenix in finitura orissa e top in gres Breccia Medicea, da un sistema di colonne iperfunzionali con ante in quercia dark e maniglie in verticale, da una base sospesa con ante e da una scenografica parete dove si alternano mensole e vassoi in metallo nero su sostegni, si contraddistingue per le linee geometriche ed essenziali dall'alto valore formale, per l'aspetto audace e contemporaneo e per l'armonia dei volumi che creano un connubio perfetto tra estetica e organizzazione. Disponibile in due tonalità, un nero magnetico e sofisticato e un titanio più delicato e naturale che aggiunge una nota di luminosità, è studiata con grande flessibilità per plasmare gli spazi secondo la visione personale di chi la vive.

La stessa elasticità nell'assolvere a molteplici funzioni progettuali è protagonista assoluta anche nel programma Blade Lab proposto da Modulnova. Ideata dai designer Carlo Presotto e Andrea Bassanello, questa cucina è una composizione all'avanguardia e altamente performante che colpisce per la grande armonia. Elemento centrale del sistema è l'isola in pietra Piasentina fiammata impreziosita da una lavorazione millerighe che la rende dinamica ed elegante e da una luce integrata nel blocco che ne valorizza la matericità. Alle sue spalle si fa notare la grande cantina protetta da una parete vetrata grigio fumè con anta a bilico e caratterizzata dall'innovativo sistema intraparete Solid retroilluminato costituito da listelli in legno di noce grigio, arricchito da una boiserie e da elementi a giorno da posizionare come si vuole, da usare semplicemente come elemento decorativo o come vero e proprio elemento funzionale. Il concetto di cucina come spazio relazionale e di aggregazione è anche il caposaldo di Cucinand'ò di Aran Cucine. Ideata dallo chef Davide Oldani in collaborazione con Attila Veress, mostra una zona operativa con un sistema a induzione incassato in un piano di lavoro in acciaio inox completato da pratiche mensole in alluminio nero che funzionano da piano di appoggio. Dall'altro lato un sistema modulare a giorno laccato grigio opaco, con ante a scomparsa, che percorre tutta la parete della cucina. Lateralmente regna l'ampio snack in legno di olmo che accoglie calorosamente ospiti e familiari.

Il mix & match dei materiali

Il trend fusion non si ferma solo all'interpretazione degli spazi architettonici ma diventa protagonista anche nella scelta delle materie prime utilizzate che vanno a plasmare lo stile e la funzionalità delle cucine moderne. Nasce così un'armonica commistione tra legno, pietre naturali, ceramiche, materiali tecnologici, vetro e metalli che si affermano come elementi chiave per realizzare una "scenografia combinata" ad alto impatto. L'input primario è la ricerca di un'estetica naturale e di una consapevolezza green che riescano ad evocare un senso di tranquillità e di bellezza confortevole. Da qui l'uso del legno, sempre apprezzato per la sua versatilità, che aggiunge calore e carattere ad ogni spazio creando una sensazione organica. Come anche la scelta di pietre, granito, quarzo, marmo, ma anche gres porcellanato e argille ceramiche, che oltre ad offrire una straordinaria durabilità trasmettono un'esperienza tattile più sensoriale. Il vetro, che torna anche in versione fumé, riesce ad integrarsi con ogni stile e può essere utilizzato per creare un senso di spaziosità e luminosità. Le rifiniture in metallo diventano figure di primo piano e sono l'ideale per aggiungere un tocco glamour oppure per dare una sensazione di calore come nel caso del rame. Restando in tema di metalli si assiste al grande ritorno dell'acciaio inox che si rifà all'estetica delle cucine professionali e che spicca per durabilità, igiene, facilità di manutenzione e sostenibilità. L'uso sapiente di materiali misti aggiunge così un tocco di personalizzazione in più al design permettendo ad ogni cucina di raccontare la sua storia.

Ne è un esempio Lain Antis, una nuova sperimentazione progettuale creata da R&S Euromobil e Roberto Gobbo per Euromobil, che mostra come l'accostamento di finiture chiare, legno e trasparenze riesca a definire un design d'impatto e a far risplendere questa cucina di una luce del tutto naturale. Il merito è da attribuire alla combinazione della struttura in TSS (Thermo Structured Surface) in finitura Opus color calce con il top in gres laminam nella nuance terra di Matera, con il piano snack in impiallacciato rovere sabbato naturale con gamba in vetro temperato extrachiaro trasparente e con i cassetti frontali dell'isola in Wood caneté nella tonalità plus natural.

Lo stesso mood di rilassata intesa emerge anche nella composizione del sistema Modula by Andrea Federici di Febal Casa che si distingue per l'attenzione ai dettagli e per la cura nella scelta dei materiali che conferiscono agli spazi un'elegante modernità senza perdere mai di vista la praticità d'uso. Le innumerevoli varianti materiche creano uno scenario armonioso alternando una boiserie a parete realizzata con pannelli in rovere europeo su cui spiccano minimali mensole in metallo nero opaco e pensili in rovere con ante in vetro. Le ante grigio polveroso e le colonne verde alga sono in laccato mentre il top con vasca integrata e il tavolo a penisola sono in Fenix. Lo zoccolo e la gola, in alluminio champagne.

Connessioni armoniose

La combo vincente del 2024? Green design ed elettrodomestici intelligenti. Sì, perché la cucina del futuro riesce a creare un connubio affascinante tra l'estetica naturale e la tecnologia smart sempre iperconnessa, con l'unico intento di creare spazi accoglienti sempre più votati al benessere e all'armonia.

Da un lato emerge una crescente tendenza per l'approccio biofilico che porta all'uso di materiali naturali, all'utilizzo di superfici tattili e organiche con forme sinuose ispirate alla natura come curve fluide e motivi vegetali e all'allestimento di giardini verticali o micro orti da interno. Possibilmente inondati di luce naturale: grandi finestre panoramiche, vetrate scorrevoli e lucernari cercano infatti di portare l'esterno all'interno degli spazi abitativi per aumentare il senso di armonia con la natura. Completa il quadro una palette cromatica che vede una predominanza di tonalità naturali e terrose, quasi polverose, o di nuance che indagano lo spettro cromatico degli elementi naturali optando per toni tenui che ricordano le spezie più utilizzate in cucina come la salvia, il rosmarino, lo zafferano e il basilico, fino al verde bosco e blu cobalto.

Dall'altro lato va in scena la tecnologia intelligente degli elettrodomestici e delle cappe che, avendo il compito di minimizzare l'impatto delle attività domestiche sull'ambiente e contribuire a migliorare il nostro stile di vita e la nostra salute, si fa sempre più responsabile e inclusiva. L'obiettivo è quello di contribuire ad una maggiore efficienza energetica, all'aumento della longevità degli apparecchi e alla riduzione degli sprechi, come i dissipatori alimentari di InSinkErator, in primis il potentissimo Evolution 250, che consentono di trattare gli sprechi alimentari in modo istantaneo, igienico e sostenibile, con l'ulteriore vantaggio di risparmiare spazio, tempo e migliorare la pulizia e l'igiene in cucina.

Per il trattamento dell'acqua domestica, Franke propone Mythos Water Hub, una soluzione 6 in 1, che consente di selezionare la propria acqua preferita e di accedervi in modo istantaneo, garantendo che ogni bicchiere d'acqua sia puro, gradevole e sicuro. Oltre alle scelte standard di acqua calda e fredda, c'è l'acqua filtrata a temperatura ambiente, refrigerata per ridurre la necessità di ghiaccio, frizzante e acqua bollente istantanea, per ridurre significativamente i tempi di preparazione di bevande e piatti caldi. Ai fornelli, la tecnologia K-Link di Franke connette invece piano ad induzione e cappa permettendo alla potenza di aspirazione della cappa di adattarsi automaticamente al livello di cottura scelto. I forni cuociono in autonomia, come SuperOven di Unox: basta selezionare il tipo di cibo e il risultato di cottura desiderato e il forno sceglie le impostazioni migliori, misura il carico di cibo e regola il processo di cottura per renderlo perfetto. Da Samsung invece una nuova gamma di elettrodomestici con connettività avanzata e funzionalità AI. Grazie al Wi-Fi integrato, alle fotocamere interne, ai chip AI e alla compatibilità con l'app SmartThings, la nuova serie di elettrodomestici Bespoke AI sono i protagonisti di una smart home evoluta. In particolare, Bixby, l'assistente vocale di Samsung, sarà un elemento chiave in questo contesto. L'AI generativa permetterà a Bixby di fare un passo avanti e di comprendere frasi complesse e di sostenere conversazioni.



Testata: Design (La Repubblica)
Data: 12 giugno 2024

Mythos Water Hub e Modula, il trionfo della funzionalità

Il pluripremiato sistema idrico di Franke e la nuova proposta di Febal sottolineano la priorità di soluzioni flessibili e multitasking

di Luna Terradura

Mythos Water Hub sta dando molte soddisfazioni a Franke, e ovviamente a chi se lo mette in casa. Perché nel corso dell'anno il sistema idrico Mythos Water Hub è stato premiato da quattro Kitchen Innovation Awards, due Red Dot e un If Design per la sua elevata multifunzionalità: permette di scegliere istantaneamente la modalità idrica desiderata per ogni evenienza. Oltre all'usuale caldo-freddo, offre l'accesso immediato alle opzioni di acqua filtrata refrigerata o a temperatura ambiente, anche frizzante, e bollente per abbreviare i tempi di cottura. In aggiunta, la soluzione compatta da inserire sotto al lavello rende possibile l'installazione anche negli spazi più ristretti, mentre l'uso è semplice e intuitivo grazie al sistema di indicatori led.

A proposito di premi, anche il miscelatore Mythos Masterpiece ha ottenuto adeguati riconoscimenti. La forma scultorea dall'importante stelo ricurvo ne fa il protagonista della cucina; è dotato di doccia estraibile con funzione dual-spray: oltre al getto standard, se ne può scegliere uno più potente, per esempio per pulire meglio frutta e verdura o le stoviglie dallo sporco ostinato. «È una grande dimostrazione», commentano dall'azienda, «di quanto Franke si sia evoluta in termini di competenza nelle soluzioni idriche e dei chiari vantaggi che i nostri prodotti apportano alla casa moderna».

L'equilibrio tra estetica minimalista e praticità è un tema che torna nelle nuove proposte del sistema di cucine Modula, messo a punto da Febal Casa con l'art direction di Andrea Federici. Elemento chiave della collezione è la fluidità de-

gli ambienti, dove gli elementi modulari offrono molteplici possibilità di combinazione, permettendo di ottimizzare e personalizzare al massimo il proprio spazio senza soluzione di continuità fra cucina, pranzo e living. Varie tipologie di ante, aperture e sistemi di contenimento, ispirate a una contemporaneità raffinata e rigorosa e, fanno parte delle novità della gamma. Nella prima delle due configurazioni delle immagini qui sopra, è protagonista la grande isola che si impone come centro di gravità visiva e operativa, accostata ad armadi in rovere asiatico ai quali si integra la porta della dispensa e cabina armadio. Accanto, la parete di mensole laccato opaco blu notte.

Nella seconda configurazione, la soluzione Modula anta square, una boiserie a parete con pannelli rovere europeo e mensole in metallo nero opaco. Cura nella selezione di materiali eco-compatibili e uso di processi produttivi attenti all'ambiente confermano l'approccio sostenibile del marchio, in costante miglioramento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA/REALIZZATE



▲ Isola oppure snack

Due allestimenti esemplari della collezione Modula di Febal, la prima in rovere asiatico, la seconda in rovere europeo e mensole in metallo



▲ Volere è potere

Acqua filtrata naturale o frizzante, calda, fredda, bollente per abbreviare la cottura dei cibi: il sistema Mythos Water Hub è particolarmente eclettico



Testata: Ad-italia.it

Data: 17 giugno 2024

Le novità cucina 2024: 50 soluzioni che ci cambieranno la vita

I nuovi riti della convivialità tra indoor e outdoor, il cuore pulsante della casa è sempre più tecnologico e funzionale. Anche all'aria aperta, dove isole iper-funzionali portano fuori il piacere di cucinare.

Ecco tutte le novità in cucina per il 2024

Tante le novità anche per questa edizione di Eurocucina. La cucina del 2024 segna un significativo passo avanti nell'integrazione tra innovazione tecnologica, design sostenibile e multifunzionalità degli spazi domestici. I nuovi elettrodomestici intelligenti e connessi, presenti in molte delle proposte, semplificano la preparazione dei cibi e migliorano l'efficienza energetica, integrandosi perfettamente con l'ecosistema domestico. Parallelamente, il design sostenibile è una priorità, con l'uso di materiali ecologici e processi produttivi responsabili che riducono l'impatto ambientale. Le cucine non sono solo esteticamente accattivanti, ma anche rispettose dell'ambiente, per contribuire a un futuro più verde. Un'altra tendenza chiave è la crescente attenzione alla convivialità. Le cucine moderne sono progettate per essere il cuore pulsante della casa, dove famiglia e amici possono riunirsi per cucinare e socializzare. Gli spazi sono accoglienti e funzionali, favorendo momenti di condivisione e piacere. Infine, la multifunzionalità degli spazi è una caratteristica fondamentale. Le cucine non sono più solo luoghi per preparare i pasti, ma veri e propri hub di attività domestiche, con aree dedicate al lavoro, al relax e all'intrattenimento. Questa flessibilità permette di sfruttare al meglio ogni metro quadrato, rendendo la casa più versatile e funzionale.

AD

Testata: Ad-italia.it
Data: 17 giugno 2024



Febal Casa

La composizione Modula anta Square di Febal Casa ha un design essenziale in laccato opaco Nero Ardesia con apertura a gola in alluminio Champagne. La soluzione a portale con modularità maggiorata e l'ampia zona contenitiva, che include elettrodomestici e una cabina ripostiglio/lavanderia, completano la cucina.

HOME DESIGN / FURNITURE

Febal Casa Makes Strategic Move in Lagos

Italy's Febal Casa said the top-tier African capital is ready to embrace luxury Italian design.

By **SOFIA CELESTE**  JUNE 27, 2024, 12:56PM



Febal Casa COURTESY OF FEBAL CASA

f **MILAN** — Lagos, **Nigeria**, a city at the forefront of the ongoing West African renaissance, is the latest design frontier, as evidenced by
x Italy's Febal Casa, which opened its first store there in the first half of
■ 2024, the company said Thursday.

φ Overall in the period, the luxury **furniture** maker opened 14 new
+ stores, nine of which were in Italy and five of which were abroad, with new storefronts in Beirut and Cape Town. Colombini Group, which took over Febal Casa in 2009, said the Nigerian consumer base is ready to embrace Italian luxury design. Febal Casa partnered with a local partner, Interstyle, a professional player in the region.

“This strategy clearly matches the expansion into the African market, where **Nigeria** is the largest and richest economy, as well as a market in which the ‘Attainable Premium’ positioning of Febal Casa represents a fantastic opportunity for the Nigerian upper class, in order to explore the Made in Italy luxurious design at reasonable prices,” said Colombini Group’s chief executive officer Giovanni Battista Vacchi.

In sei mesi Febal Casa inaugura 14 store di cui 5 all'estero

Il brand Colombini Group supera i 200 monomarca: 173 sul territorio nazionale e 30 in altri Paesi

Redazione



Giovanni Battista Vacchi, Amministratore delegato del Gruppo Colombini

Prosegue il piano pluriennale di aperture di store **Febal Casa** con l'obiettivo di arrivare a 300 punti vendita entro la fine del 2025. Nel primo semestre del 2024 il brand di **Colombini Group** ha inaugurato 14 nuovi punti vendita, 9 in Italia e 5 all'estero, raggiungendo il traguardo di 203 negozi monomarca di cui 173 sul territorio nazionale e 30 in altri paesi.

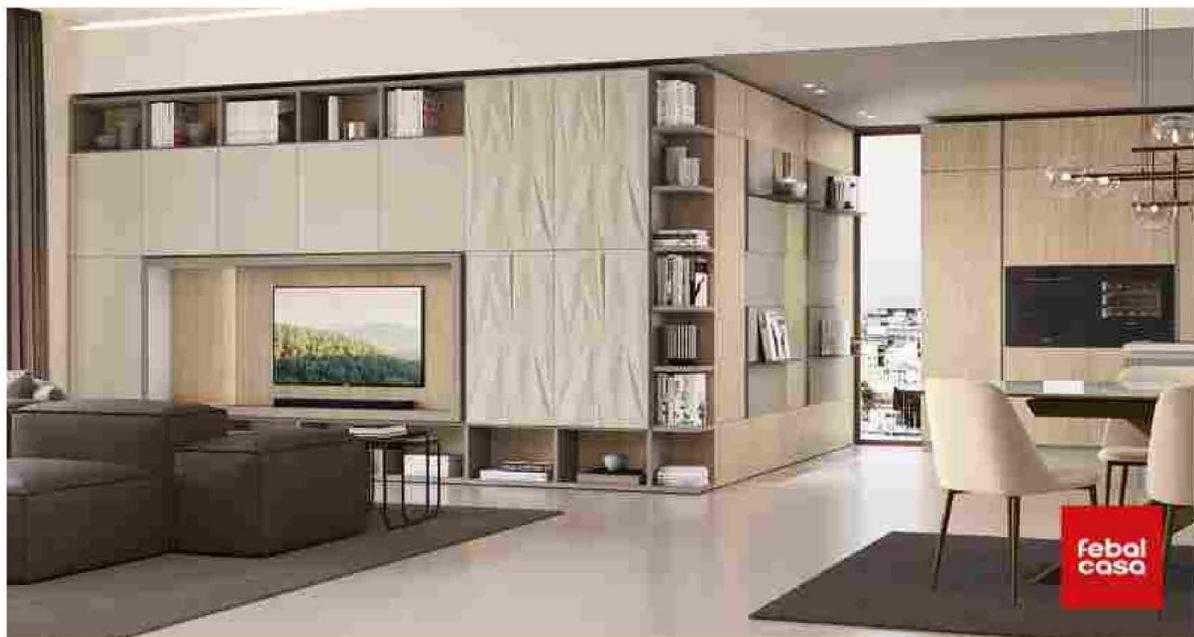
In dettaglio, Febal Casa ha inaugurato uno store di circa 145 mq in Emilia Romagna, a **Parma**, sulla via Emilia Ovest 69/C, strada centrale di grande passaggio; un punto vendita di 270 mq in Lombardia, a Legnano, in provincia di **Milano** in Piazza E. Morelli 13 e un negozio di 250 mq in Liguria, a Ventimiglia in provincia di **Imperia**, in Largo Torino 1, zona di grande passaggio vicina all'uscita dell'autostrada che collega Italia e Francia, all'interno di una particolare struttura architettonica caratterizzata da grandi vetrate. Tre i nuovi punti vendita

a Ladispoli, in provincia di **Roma**, in via Settevene Palo 24/26. Due i monomarca aperti nelle Marche, 380 mq a Passo Ripe in provincia di **Ancona**, in via Giacomo Matteotti 4 e 230 mq a Civitanova Marche, in provincia di **Macerata**, in via Cristoforo Colombo 60. In Toscana, a Ospedaletto in provincia di **Pisa**, opening di uno store di 290 mq in via Scornigiana 23, area commerciale in zona centrale.

All'estero Febal Casa ha aperto 2 punti vendita in Europa, uno store di 200 mq nel sud della **Francia**, a Balaruc Loisirs e uno store di 80 mq in **Svizzera**, a Lugano; un negozio di 900 mq in un importante centro commerciale in **Libano**, a Beirut, un punto vendita di 200 mq al centro di Cape Town, in **Sudafrica** e un negozio di 400 mq in **Nigeria**, a Lagos.

*“Vogliamo crescere puntando fortemente sulla nostra proposta di ‘total living’”, commenta **Giovanni Battista Vacchi**, Amministratore Delegato del **Gruppo Colombini**, “I nostri progetti futuri guardano al consolidamento degli attuali mercati e allo sviluppo internazionale della distribuzione. Continueremo a lavorare sull’efficienza ed efficacia dei processi con un maggior ricorso all’intelligenza artificiale e un occhio vigile ai temi sempre più importanti della sostenibilità, del green e dell’ESG che per noi sono un must”.*

Nel 2023 il Gruppo Colombini ha prodotto complessivamente 320.000 ambienti, oltre 1.000 al giorno, di cui 12.000 cucine, 24.000 soggiorni completi, 66.000 zone notte, 54.000 armadiature e 164.000 altre configurazioni di mobili componibili. La produzione è stata realizzata nei 3 stabilimenti di San Marino e, con riferimento a tavoli e sedie, nello stabilimento di Camerano in provincia di Ancona. In tutto 275 mila mq di area produttiva con oltre 1.300 dipendenti.



Febal Casa inaugura 14 nuovi punti vendita

Postato da: Redazione | Il: Giugno 27, 2024 | In: Brand, MARKETING, slider

Stampa | Email

Nel primo semestre del 2024 Febal Casa ha inaugurato 14 nuovi punti vendita, 9 in Italia e 5 all'estero, raggiungendo il traguardo di 203 negozi monomarca di cui 173 sul territorio nazionale e 30 in altri paesi.

Prosegue a ritmo sostenuto il piano pluriennale di aperture di store con l'obiettivo di arrivare a 300 punti vendita entro la fine del 2025. Il piano di sviluppo nazionale e internazionale del brand prevede il consolidamento in Italia e una grande spinta in alcune importanti macro-aree come gli Stati Uniti e l'Europa francofona, attraverso la creazione di una rete di dealer che operi nel retail e che possa utilizzare bene la forza del Gruppo nel mercato contract, nell'area del Middle East, grazie al consolidamento di partnership con grossi player locali e in alcuni paesi del continente africano.

Febal Casa inaugura 14 nuovi punti vendita, 9 in Italia e 5 all'estero, e raggiunge il traguardo di 203 negozi

In dettaglio, Febal Casa ha inaugurato uno store di circa 145 mq in Emilia Romagna, a **Parma**, sulla via Emilia Ovest 69/C, strada centrale di grande passaggio; un punto vendita di 270 mq in Lombardia, a Legnano, in provincia di **Milano** in Piazza E. Morelli 13 e un negozio di 250 mq in Liguria, a Ventimiglia in provincia di **Imperia**, in Largo Torino 1, zona di grande passaggio vicina all'uscita dell'autostrada che collega Italia e Francia, all'interno di una particolare struttura architettonica caratterizzata da grandi vetrate. Tre i nuovi punti vendita inaugurati nel Lazio, uno di 200 mq a **Roma**, in via Pindaro 28, uno di 395 mq a Pontecorvo, in provincia di **Frosinone**, in via XXIV Maggio 31/A e uno di 300 mq a Ladispoli, in provincia di **Roma**, in via Settevene Palo 24/26. Due i monomarca aperti nelle Marche, 380 mq a Passo Ripe in provincia di **Ancona**, in via Giacomo Matteotti 4 e 230 mq a Civitanova Marche, in provincia di **Macerata**, in via Cristoforo Colombo 60. In Toscana, a Ospedaletto in provincia di **Pisa**, opening di uno store di 290 mq in via Scornigiana 23, area commerciale in zona centrale.

All'estero Febal Casa ha aperto 2 punti vendita in Europa, uno store di 200 mq nel sud della **Francia**, a Balaruc Loisirs e uno store di 80 mq in **Svizzera**, a Lugano; un negozio di 900 mq in un importante centro commerciale in **Libano**, a Beirut, un punto vendita di 200 mq al centro di Cape Town, in **Sudafrica** e un negozio di 400 mq in **Nigeria**, a Lagos.

Il layout di tutti i nuovi punti vendita Febal Casa, che offrono un'ampia gamma di proposte *Total Living*, presenta l'idea di casa e di abitare contemporaneo del brand ed è pensato per valorizzare le varie collezioni e regalare ai clienti una esperienza d'acquisto unica. All'interno dei negozi i clienti possono usufruire di un servizio di consulenza e progettazione di alta qualità, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte personalizzate di arredo.

*"Vogliamo crescere puntando fortemente sulla nostra proposta di "total living" – commenta **Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini** – I nostri progetti futuri guardano al consolidamento degli attuali mercati e allo sviluppo internazionale della distribuzione. Continueremo a lavorare sull'efficienza ed efficacia dei processi con un maggior ricorso all'intelligenza artificiale e un occhio vigile ai temi sempre più importanti della sostenibilità, del green e dell'ESG che per noi sono un must".*

Nel 2023 il Gruppo Colombini ha prodotto complessivamente 320.000 ambienti, oltre 1.000 al giorno, di cui 12.000 cucine, 24.000 soggiorni completi, 66.000 zone notte, 54.000 armadiature e 164.000 altre configurazioni di mobili componibili. La produzione è stata realizzata nei 3 stabilimenti di San Marino e, con riferimento a tavoli e sedie, nello stabilimento di Camerano in provincia di Ancona. In tutto 275 mila mq di area produttiva con oltre 1.300 dipendenti.

Febal Casa è il brand con cui Colombini Group, attraverso i punti vendita monomarca distribuiti capillarmente su tutto il territorio nazionale, commercializza programmi di arredo completi per tutta la casa, dalle soluzioni cucina a proposte living e notte.

Colombini Group, fondato nel 1965 dall'omonima famiglia nella Repubblica di San Marino, è oggi leader in Italia nel settore dell'arredamento con i propri marchi Febal Casa, Rossana, Bontempi Casa, Ingenia, Colombini Casa, Offic'è e Colombini Group Contract, struttura specializzata nella progettazione e realizzazione di soluzioni chiavi in mano in ambito residenziale, hôtellerie e commerciale. Il Gruppo vanta una superficie produttiva di circa 275 mila metri quadri, oltre 1.300 collaboratori ed una rete distributiva di oltre 5.000 punti vendita, di cui 200 negozi monomarca in vari paesi mondo.



Testata: Giornalesm.com

Data: 27 giugno 2024

San Marino. Febal Casa inaugura 14 nuovi punti vendita, 9 in Italia e 5 all'estero, e raggiunge il traguardo di 203 negozi



San Marino, 26 giugno 2024. Nel primo semestre del 2024 Febal Casa ha inaugurato 14 nuovi punti vendita, 9 in Italia e 5 all'estero, raggiungendo il traguardo di 203 negozi monomarca di cui 173 sul territorio nazionale e 30 in altri paesi.

Prosegue a ritmo sostenuto il piano pluriennale di aperture di store con l'obiettivo di arrivare a 300 punti vendita entro la fine del 2025. Il piano di sviluppo nazionale e internazionale del brand prevede il consolidamento in Italia e una grande spinta in alcune importanti macro-aree come gli Stati Uniti e l'Europa francofona, attraverso la creazione di una rete di dealer che operi nel retail e che possa utilizzare bene la forza del Gruppo nel mercato contract, nell'area del Middle East, grazie al consolidamento di partnership con grossi player locali e in alcuni paesi del continente africano.

In dettaglio, Febal Casa ha inaugurato uno store di circa 145 mq in Emilia Romagna, a **Parma**, sulla via Emilia Ovest 69/C, strada centrale di grande passaggio; un punto vendita di 270 mq in



Testata: Giornalesm.com

Data: 27 giugno 2024

Lombardia, a Legnano, in provincia di **Milano** in Piazza E. Morelli 13 e un negozio di 250 mq in Liguria, a Ventimiglia in provincia di **Imperia**, in Largo Torino 1, zona di grande passaggio vicina all'uscita dell'autostrada che collega Italia e Francia, all'interno di una particolare struttura architettonica caratterizzata da grandi vetrate. Tre i nuovi punti vendita inaugurati nel Lazio, uno di 200 mq a **Roma**, in via Pindaro 28, uno di 395 mq a Pontecorvo, in provincia di **Frosinone**, in via XXIV Maggio 31/A e uno di 300 mq a Ladispoli, in provincia di **Roma**, in via Settevene Palo 24/26. Due i monomarca aperti nelle Marche, 380 mq a Passo Ripe in provincia di **Ancona**, in via Giacomo Matteotti 4 e 230 mq a Civitanova Marche, in provincia di **Macerata**, in via Cristoforo Colombo 60. In Toscana, a Ospedaletto in provincia di **Pisa**, opening di uno store di 290 mq in via Scornigiana 23, area commerciale in zona centrale. All'estero Febal Casa ha aperto 2 punti vendita in Europa, uno store di 200 mq nel sud della **Francia**, a Balaruc Loisirs e uno store di 80 mq in **Svizzera**, a Lugano; un negozio di 900 mq in un importante centro commerciale in **Libano**, a Beirut, un punto vendita di 200 mq al centro di Cape Town, in **Sudafrica** e un negozio di 400 mq in **Nigeria**, a Lagos.

Il layout di tutti i nuovi punti vendita Febal Casa, che offrono un'ampia gamma di proposte *Total Living*, presenta l'idea di casa e di abitare contemporaneo del brand ed è pensato per valorizzare le varie collezioni e regalare ai clienti una esperienza d'acquisto unica. All'interno dei negozi i clienti possono usufruire di un servizio di consulenza e progettazione di alta qualità, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte personalizzate di arredo.

*“Vogliamo crescere puntando fortemente sulla nostra proposta di “total living” – commenta **Giovanni Battista Vacchi**, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini – I nostri progetti futuri guardano al consolidamento degli attuali mercati e allo sviluppo internazionale della distribuzione. Continueremo a lavorare sull'efficienza ed efficacia dei processi con un maggior ricorso all'intelligenza artificiale e un occhio vigile ai temi sempre più importanti della sostenibilità, del green e dell'ESG che per noi sono un must”.*



Testata: Giornalesm.com

Data: 27 giugno 2024

Nel 2023 il Gruppo Colombini ha prodotto complessivamente 320.000 ambienti, oltre 1.000 al giorno, di cui 12.000 cucine, 24.000 soggiorni completi, 66.000 zone notte, 54.000 armadiature e 164.000 altre configurazioni di mobili componibili. La produzione è stata realizzata nei 3 stabilimenti di San Marino e, con riferimento a tavoli e sedie, nello stabilimento di Camerano in provincia di Ancona. In tutto 275 mila mq di area produttiva con oltre 1.300 dipendenti.

Febal Casa è il brand con cui Colombini Group, attraverso i punti vendita monomarca distribuiti capillarmente su tutto il territorio nazionale, commercializza programmi di arredo completi per tutta la casa, dalle soluzioni cucina a proposte living e notte.

Colombini Group, fondato nel 1965 dall'omonima famiglia nella Repubblica di San Marino, è oggi leader in Italia nel settore dell'arredamento con i propri marchi Febal Casa, Rossana, Bontempi Casa, Ingenia, Colombini Casa, Offic'è e Colombini Group Contract, struttura specializzata nella progettazione e realizzazione di soluzioni chiavi in mano in ambito residenziale, hôtellerie e commerciale. Il Gruppo vanta una superficie produttiva di circa 275 mila metri quadri, oltre 1.300 collaboratori ed una rete distributiva di oltre 5.000 punti vendita, di cui 200 negozi monomarca in vari paesi mondo.



Canale: X
Testata: WWD
Data: 17 giugno 2024



WWD  @wwd · 21h

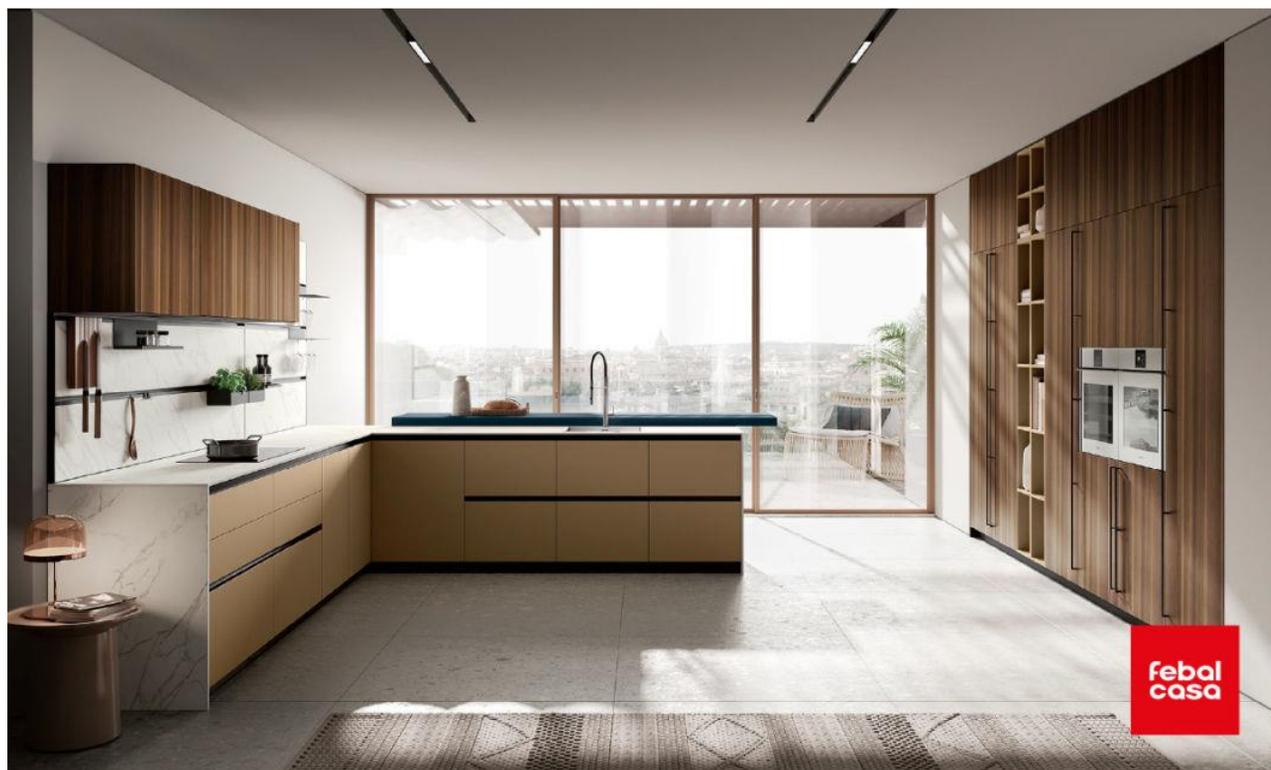


Febal Casa Makes Strategic Move in Lagos



[wwd.com](https://www.wwd.com)

Febal Casa Makes Strategic Move in Lagos



Origina di Febal Casa è una delle cucine esposte nei nuovi store aperti dal brand

Febal Casa raggiunge quota 203 negozi

Con le inaugurazioni di 14 nuovi punti vendita, di cui 9 in Italia e 5 all'estero, Febal Casa conquista il traguardo di 203 negozi monomarca e prosegue nel piano di sviluppo

L'obiettivo di arrivare a **300 punti vendita entro la fine del 2025** è più vicino per **Febal Casa**, che raggiunge ora la quota di **203 monomarca** (173 sul territorio nazionale e 30 in altri paesi) dopo le inaugurazioni di **14 nuovi negozi, 9 in Italia e 5 all'estero nel primo semestre 2024**. In dettaglio, Febal Casa ha inaugurato uno store di circa 145 mq in **Emilia Romagna**, a **Parma**, sulla via Emilia Ovest 69/C, strada centrale di grande passaggio; un punto vendita di 270 mq in **Lombardia**, a **Legnano**, in provincia di Milano in Piazza E. Morelli 13 e un negozio di 250 mq in **Liguria**, a **Ventimiglia** in provincia di Imperia, in Largo Torino 1, zona di grande passaggio vicina all'uscita dell'autostrada che collega Italia e Francia, all'interno di una particolare struttura architettonica caratterizzata da grandi vetrate.



Febal Casa propone progetti all'insegna del total living

Tre i nuovi punti vendita inaugurati nel **Lazio**, uno di 200 mq a **Roma**, in via Pindaro 28, uno di 395 mq a **Pontecorvo**, in provincia di Frosinone, in via XXIV Maggio 31/A e uno di 300 mq a **Ladispoli**, in provincia di Roma, in via Settevene Palo 24/26. Due i monomarca aperti nelle **Marche**, 380 mq a **Passo Ripe** in provincia di Ancona, in via Giacomo Matteotti 4 e 230 mq a **Civitanova Marche**, in provincia di Macerata, in via **Cristoforo Colombo 60**. In **Toscana**, a Ospedaletto in provincia di Pisa, opening di uno store di 290 mq in via Scornigiana 23, area commerciale in zona centrale. All'estero Febal Casa ha aperto 2 punti vendita in **Europa**, uno store di 200 mq nel sud della **Francia**, a **Balaruc Loisirs** e uno store di 80 mq in **Svizzera**, a **Lugano**; un negozio di 900 mq in un importante centro commerciale in **Libano**, a **Beirut**, un punto vendita di 200 mq al centro di **Cape Town**, in **Sudafrica** e un negozio di 400 mq in **Nigeria**, a **Lagos**.



Il piano di sviluppo nazionale e internazionale del brand prevede il **consolidamento in Italia** e una grande spinta in alcune importanti macro-aree come gli **Stati Uniti** e l'**Europa francofona**, attraverso la creazione di **una rete di dealer** che operi nel retail e che possa utilizzare bene la forza del Gruppo nel mercato contract, nell'area del Middle East, grazie al consolidamento di **partnership con grossi player locali** e in alcuni paesi del continente africano. Il layout di tutti i nuovi punti vendita Febal Casa, che offrono un'ampia gamma di **proposte Total Living**, presenta l'idea di casa e di abitare contemporaneo del brand ed è pensato per valorizzare le varie collezioni e regalare ai clienti una esperienza d'acquisto unica. All'interno dei negozi i clienti possono usufruire di un **servizio di consulenza e progettazione di alta qualità**, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte personalizzate di arredo.

*"Vogliamo crescere puntando fortemente sulla nostra proposta di total living - commenta **Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del Gruppo Colombini** -. I nostri progetti futuri guardano al consolidamento degli attuali mercati e allo sviluppo internazionale della distribuzione. Continueremo a lavorare sull'efficienza ed efficacia dei processi con un maggior ricorso all'intelligenza artificiale e un occhio vigile ai temi sempre più importanti della sostenibilità, del green e dell'ESG che per noi sono un must".*