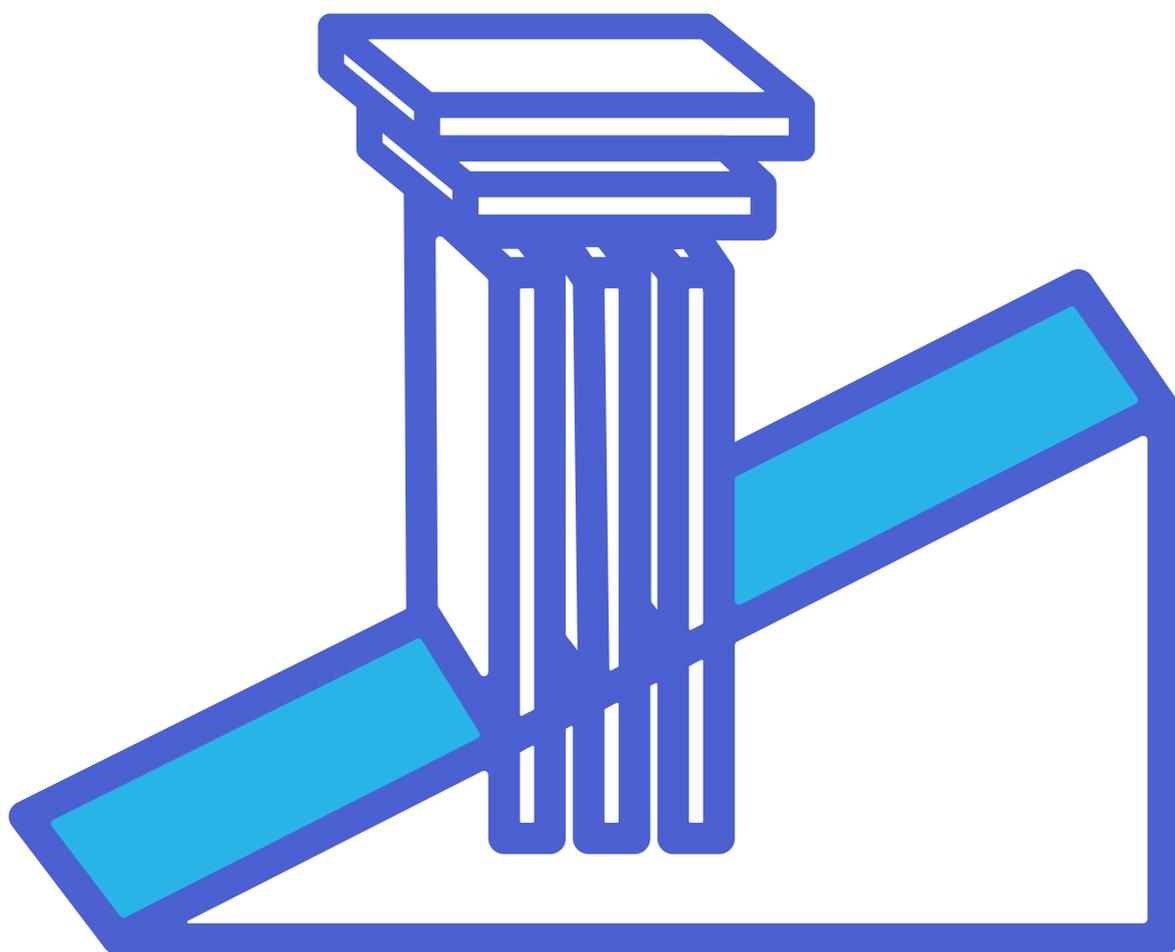

Rassegna Stampa

novembre 2024

The logo for Febal Casa, featuring the words "febal" and "casa" stacked vertically in a white, lowercase, sans-serif font, set against a solid red square background.

febal
casa



Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Cose di Casa	novembre 2024	Uscita prodotto: madia AURORA; letto SOFTCASE ROYAL
Elle Decoration (France)	novembre 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Interni	novembre 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Home!	novembre 2024	Uscita prodotto: armadio LEWITT PLUS
Pambianco Design	novembre-dicembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Cosedicasa.com	1 novembre 2024	Uscita prodotto: poltrone JANE; divano angolare PARIOLI
Affari&Finanza (La Repubblica)	4 novembre 2024	Intervista a Giovanni Vacchi, Amministratore Delegato Gruppo Colombini, relativa all'espansione negli Usa del Gruppo Colombini con i nuovi opening Febal Casa.
Progettocucinabiz.it	4 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Italiaoggi.it	4 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Libertas.sm	4 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Giornalesm.com	4 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Spotandweb.it	4 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA



Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Globalmedianews.info	4 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Italia Oggi	5 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Corriere Romagna di Rimini e San Marino	5 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Repubblica.it	5 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Ambeintecucinaweb.it	5 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Corriereromagna.it	5 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Wetheitalians.com	5 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Ambeintecucinaweb.it	6 novembre 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Design.pambianconews.com	7 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA con intervista a Emmanuel Colombini, Presidente Gruppo Colombini
Pambiancodaily Design	8 novembre 2024	Segnalazione articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA con intervista a Emmanuel Colombini, Presidente Gruppo Colombini



Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
L'Economia (Corriere della Sera)	11 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA con quote di Emmanuel Colombini, Presidente Gruppo Colombini, e di Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Gruppo Colombini
Internimagazine.it	11 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA con quote di Emmanuel Colombini, Presidente Gruppo Colombini
Ambientecucinaweb.it	11 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
Progettocucinabiz.it	11 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
Sanmarinofixing.com	11 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
Giornalesm.com	11 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
Spotandweb.it	11 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
Youmark.it	11 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa



Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Mediakey.it	11 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
Daily Net	12 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
Pubblicom Now	12 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
Touchpoint Today	12 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
L'Informazione di San Marino	12 novembre 2024	Articolo dedicato alla seconda stagione della web serie Febal Casa
Spotandweb.it	12 novembre 2024	Articolo dedicato alla partecipazione di Febal Casa a Esprit Meuble 2024
Globalmedianews.info	12 novembre 2024	Articolo dedicato alla partecipazione di Febal Casa a Esprit Meuble 2024
Sanmarinofixing.com	12 novembre 2024	Articolo dedicato alla partecipazione di Febal Casa a Esprit Meuble 2024
Italia-informa.com	13 novembre 2024	Articolo dedicato alla partecipazione di Febal Casa a Esprit Meuble 2024
Ambientecucinaweb.it	15 novembre 2024	Articolo dedicato alla partecipazione di Febal Casa a Esprit Meuble 2024



Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Arizonafoothillsmagazine.com	18 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
Living.corriere.it	21 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA con quote di Emanuel Colombini, Presidente Gruppo Colombini
Prnewswire.com	21 novembre 2024	Articolo dedicato alle nuove aperture Febal Casa negli USA
WWD.com	27 novembre 2024	Articolo dedicato agli opening Febal Casa in USA con quote di Emanuel Colombini, Presidente Gruppo Colombini



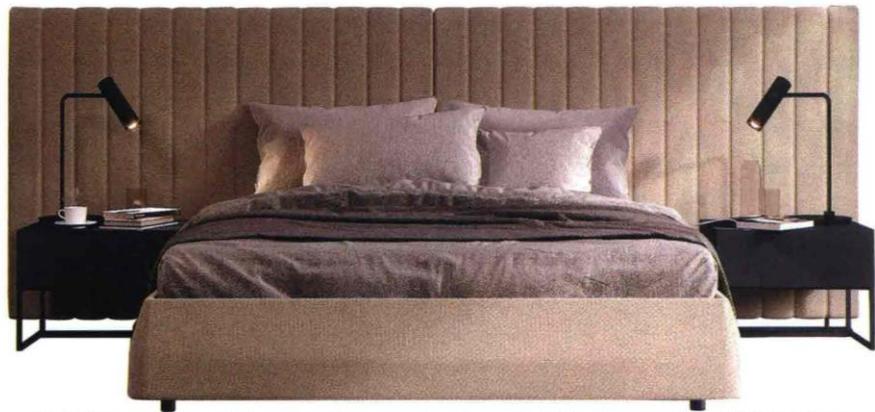


Testata: Cose di Casa
Data: novembre 2024

ZONA NOTTE

La **testata** è un elemento distintivo dei letti tessili. Sempre accogliente, può essere ampia e avvolgente, e integrare funzionalità come comodini, luci, portaoggetti...

COME
SCEGLIERE IL
MATERIALE DEL
RIVESTIMENTO?
ESISTONO
SPECIFICHE
CATEGORIE
A SECONDA
DELLE
PECULIARITÀ



Si distingue per la maxi testata imbottita con motivo a losanghe il letto **Softcase Royal di Febal Casa** (www.febalcasa.com) con rivestimento in tessuto Burana 0015 Porcelain; i piedini sono in metallo Carbon grey. Misura L 312 x P 208 x H 120 cm. Prezzo da rivenditore.



Testata: Elle Decoration (Francia)

Data: novembre 2024

FEBAL

Compositions dynamiques et finitions attrayantes pour la cuisine "Origina" destinée à dépasser la tradition et à réinventer l'espace. Théâtral dans sa composition et dans le choix des finitions, ce modèle est caractérisé par un îlot central avec des côtés et un plan en céramique Travertino, ainsi que la porte incontournable "Libeskind022", fruit de la collaboration avec l'architecte Daniel Libeskind. Les colonnes sont en chêne européen; celles du mur reprennent le Travertino et le chêne, créant un développement vertical qui se fond dans l'architecture de l'espace, s'intégrant harmonieusement à la zone de vie.

Infos sur febalcasa.com





Testata: Interni
Data: novembre 2024



← Una delle possibili combinazioni del sistema Origina di **Febal Casa**, caratterizzata da anta telaio in legno con isola frontale e dall'uso della nuova ceramica a effetto arabescato che illumina la composizione. A parete, si riconosce la boiserie con libreria Lapis, un sistema Febal Casa modulare che si adatta alle differenti esigenze di spazio e permette di scegliere la disposizione dei vari elementi. Origina permette di progettare la cucina con ampia libertà grazie a un sistema unico e trasversale di grande versatilità, disponibile nelle altezze Standard e Over.



Testata: Home!
Data: novembre 2024

DOSSIER

*lineari
e modulari*

VERSIONE MINIMAL PASSEPARTOUT

La soluzione personalizzabile per tutte le stanze

Caratterizzati da forme sempre più scolpite, gli armadi in linea si possono ambientare con grande facilità in tutti gli ambienti: corridoi, disimpegni e nicchie possono così ospitare abiti, scarpe e biancheria, quando non addirittura lavatrice e asciugatrice impilate, per un mini angolo lavanderia nascosto. Strutture semplici, con finiture laccate lucide o opache, in legno o a specchio, si possono combinare insieme e abbinare alle infinite tipologie di maniglie che possono essere a gola, in rilievo, in metallo, danno personalità e rendono unico il prodotto. La modularità, infine, permette anche di avere due diverse profondità in caso di aree di passaggio.

Lewitt Plus di **Febal Casa** è un armadio con anta battente caratterizzato da una maniglia a gola che corre per tutta l'altezza dell'armadio con un inserto in raffinato nobilitato Eucalipto. Gli interni, curati nei minimi dettagli, sono in nobilitato Leather Grey. L362,5xP59,5xH257,8 cm. www.febalcasa.com





Testata: Pambianco Design

Data: novembre-dicembre 2024

Debutto retail in USA per Febal Casa: obiettivo 20 store entro il 2029

Febal Casa, marchio di punta del Gruppo Colombini che opera nel settore dell'arredamento con 217 negozi monomarca sul territorio nazionale e internazionale, ha annunciato le sue prime aperture retail negli Stati Uniti che avverranno tutte entro la fine del 2024. Il primo flagship store Febal Casa a stelle e strisce verrà inaugurato a Miami, in Florida, il 21 novembre 2024 e sarà ubicato al 5700 di Biscayne Blvd, all'interno del nuovo edificio The Boulevard, a soli cinque minuti dal Miami Design District. Il negozio sarà sviluppato su 600 mq a cui si affiancheranno altri 200 mq dedicati a Bontempi, altro brand del Gruppo Colombini. "Per i prossimi 4 anni l'obiettivo – ha spiegato Emanuel Colombini, presidente del gruppo – è di inaugurare circa 15-20 nuovi negozi in Usa. Oggi il mercato americano pesa per circa un 2,5% sul fatturato che per il 2024 dovrebbe aggirarsi intorno ai 290 milioni di euro, in linea con l'anno precedente".

Come abbinare divano e poltrona e rendere il soggiorno più comodo e bello

Abbinare divano e poltrona: un gioco creativo che, al di là dei gusti personali, implica capacità di adattare gli spazi alle proprie abitudini. Ma occhio anche a dimensioni e proporzioni!

Quando lo spazio non consente di avere due [imbottiti](#) separati, spesso la soluzione migliore per avere comunque un paio di posti a sedere in più, è quella di affiancare [divano](#) e poltrona, coppia che viene assortita secondo l'attuale consuetudine appaiando per uniformità di alcuni elementi o anche per contrasto, ma di rado attingendo, come in passato, dalla stessa collezione di salotti. La scelta di divano e poltrone da abbinare deve **tenere conto di diversi fattori, legati all'estetica e anche alle dimensioni dello spazio**. Cominciamo dai primi per poi discutere anche dei secondi.

Colore della poltrona rispetto al divano: uniformità o contrasto?

Amate le tinte unite e le sfumature soft? Non immaginate nulla di diverso dal bianco/nero/grigio/écru? Considerate però sempre che **un tocco di colore d'effetto per la poltrona spezza mirabilmente l'elegante monotonia del colore unico** e, date le dimensioni esigue di questo elemento rispetto a quelle di un divano, non diventa predominante appesantendo lo spazio. **Un mix multicolor di tinte non consuete regala grande personalità**. E allora si può osare con una poltrona completamente diversa da tutto ciò che la circonda: rossa se il divano è grigio, azzurra o verde acido se è écru, arancione se è bianco. E poi via libera a pouf, cuscini, mezzeri, nella stessa tinta.

Divano e poltrona: idee per abbinarli

Come abbinare bene i pezzi per [arredare il soggiorno](#) e la zona conversazione? La coppia "divano e poltrona", tradizionale o contemporanea, si può abbinare per contrasto (soprattutto di colore o materiali) o per affinità (di stile, linee, forme...).

Un **divano di qualità** è bene che duri nel tempo resistendo anche alle mode del momento, pronto ad adattarsi a qualsiasi stile e **magari in grado di evolversi negli anni, con elementi aggiuntivi**. Per poterlo **integrare facilmente in ogni ambiente la scelta del rivestimento cadrà su colori classici: beige, grigio e blu, tinte intramontabili** capaci di seguire ogni tendenza.

Per dare allora, **un tocco più personale alla zona giorno, si può giocare su un elemento d'arredo flessibile come una poltrona**. Costi decisamente più contenuti per un complemento che, se abbinato con **fantasia e magari azzardando con colore o disegni, può diventare la nota caratterizzante di tutto il living**. Attenzione solo a non eccedere! Ecco qualche dritta.

- **Tra divano e poltrona, bella è la diversità ma sempre con qualche riferimento comune nell'ambiente:** le sedute basse stanno sempre bene insieme, anche se i materiali utilizzati sono diversi (gambe in legno o in ferro, sedute in cotone o velluto).
- **Meglio non abbinare due classici di epoche diverse, gli stili a confronto, negli imbottiti, risultano poco efficaci** e talvolta di cattivo gusto.
- Se si sceglie di dare colore a un solo elemento, **il tono forte vincente è per la poltrona**, magari realizzando dei **cuscini** in gradazione più chiara da sistemare **sul divano per creare una continuità di stile:** è un'idea che completa l'arredamento senza una grossa spesa.
- **I tessuti fantasia, floreali o con disegni geometrici** sono sempre divertenti, **soprattutto se utilizzati per i rivestimenti delle poltrone**. Possibilmente sfoderabili, si **sostituiscono facilmente con la tinta unita** quando si è stanchi di vedere lo stesso disegno e **il costo di un nuovo rivestimento non è impegnativo come quello di un divano**.

- **Non abbinare rivestimenti a [fiori](#) con altre fantasie floreali** – a meno di essere davvero esperti di mix and match di buon gusto – che appesantirebbero l'ambiente e **non eccedere con i colori se si scelgono 2 toni diversi** per divano e poltrona: tutto il resto dell'arredo dovrà seguire declinazioni analoghe.

Scegliere divano e poltrona in base allo spazio

Soggiorno piccolo

Negli spazi ridotti, è essenziale ottimizzare ogni centimetro e mantenere l'ambiente arioso. Optare per un **divano compatto, magari un modello a due posti**, è una necessità: privilegiare quindi i modelli con piedini alti, che conferiscono una linea slanciata e leggera anche visivamente. Li si possono abbinare a una **poltrona, di dimensioni contenute**, che non necessariamente deve trovare posto vicino all'imbottito; se la pianta lo consente, può essere sistemata altrove, magari sotto a una finestra. La poltrona con braccioli sottili o senza braccioli è in genere più piccola e non appesantisce l'ambiente.

Approfondisci leggendo anche questo articolo per [arredare un soggiorno piccolo bellissimo](#).

Soggiorno di medie dimensioni

In questi casi, pur mantenendo una buona proporzione tra gli arredi, si può optare per il **divano tre posti**, per un modello a L o con **terminale a chaise-longue**. La poltrona in questo caso può essere più grande e avere braccioli. Spesso in questi casi **il living comprende anche la cucina a vista**; in alcuni casi si può sfruttare il centro stanza per un divanetto e il tavolo da pranzo e lasciare lungo le pareti la zona operativa da una parte e un mobile con la tv davanti alle sedute.

Salotto grande

In questi casi ci si può sbizzarrire, via libera a divani bifacciali, componibili e doppie poltrone. Si può optare per un divano di grandi dimensioni, **componibile a U o un angolare**, e abbinargli più poltrone. In un soggiorno grande, si possono anche creare due diverse aree funzionali, ad esempio una **zona conversazione con divano e poltrone** e un **angolo lettura separato con una poltrona aggiuntiva**.

Nei soggiorni grandi, si può collocare il **divano al centro della stanza** per creare una disposizione più centrale e aperta, con le poltrone disposte attorno, anche in coppia, per bilanciare lo spazio. Sulla parete invece potrà essere una **madia** o un mobile basso con la tv oppure una **grande sistema giorno a tutta parete**.

La poltrona, una protagonista

Versatile e avvolgente, la poltrona completa la zona conversazione del living, ma non solo, perché in ogni angolo della casa può regalare calore e aggiungere comfort.

Aggiungere una nuova poltrona in un [soggiorno](#) (o in una [camera](#)) o anche cambiare il rivestimento di quella che si ha già permette a volte di **rinnovare il look di un ambiente senza grandi stravolgimenti**.

La [poltrona](#) è un imbottito passepartout, quello che maggiormente nel corso degli anni ha stimolato la fantasia di designer e aziende, che l'hanno **declinata nelle forme, nei materiali e nei colori più inaspettati**.

Dal modello intramontabile rieditato e magari rinnovato nei colori, al tipo classico che si veste di materiali high-tech; dalla mini size a pozzetto, alla extra large dove sprofondare quasi come fosse un divano: oggi la poltrona **non segue più schemi rigidi, ma è un elemento "libero"** che si può scegliere puntando, oltre che alla comodità, sull'effetto sorpresa.

Importante considerare sempre che **la comodità non dipende dalle dimensioni**: è importante l'ergonomia, un mix dato da forma e dimensioni proporzionate.

La struttura della poltrona

La **struttura** è determinante nel definire la linea, oltre che il comfort, la resistenza e la durata di una seduta. Se volutamente a vista, diventa motivo che ne caratterizza il design. Anche il tipo di imbottitura va valutato con attenzione.

Resistente e flessibile, la struttura della poltrona è costituita essenzialmente dal **telaio**: generalmente in legno, questo ospita anche il **sistema di molleggio**, cioè il supporto elastico del sedile e dello schienale delle sedute, quello su cui appoggiano i cuscini. Se invece la struttura è in metallo, può essere in tubolare d'acciaio o in alluminio, cromato o colorato. Il secondo è più leggero, ma altrettanto resistente.

Un buon equilibrio di materiali va ricercato per l'**imbottitura**, in modo che non sia troppo rigida, ma neanche eccessivamente morbida. Quindi sì alla piuma, ma abbinata al poliuretano espanso che dà il giusto sostegno. Un'alternativa è il memory foam, un poliuretano visco-elastico che si adatta perfettamente alle forme del corpo, aumentando la sensazione di relax. È leggero, indeformabile e ad alta traspirabilità.

I **pedini** sono un dettaglio – diverso a seconda dello stile della poltrona – tutt'altro che indifferente.

Il rivestimento della poltrona

Per i **rivestimenti**, non c'è che l'imbarazzo della scelta: la tecnologia consente soluzioni ecosostenibili, su misura, realizzate con materiali confortevoli anche se con componenti non del tutto naturali. Cotone, lino, velluto naturali sono più traspiranti ma anche più delicati rispetto alle composizioni miste, per esempio con poliestere o poliammide (che offrono lucentezza, inguallcibilità e resistenza maggiori). In entrambi i casi possono essere ignifughi: è un trattamento che si applica sul tessuto.

Da scegliere, quando possibile, del tipo sfoderabile per questioni di igiene e di praticità, il rivestimento della poltrona lavabile in [lavatrice](#) è una comodità quasi irrinunciabile.

Un dettaglio come **un'impuntura che sottolinea i bordi della seduta**, dei cuscini o dei braccioli, naturalmente in una tinta a contrasto rispetto al fondo, e la poltrona assumerà un tono elegante e unico. Ma anche l'abbinamento di colori diversi nella stessa seduta (come nel modello qui sotto) è un'idea che la trasformerà in elemento d'[arredamento](#) protagonista del soggiorno o dello studio.

Rivestimento in pelle o ecopelle

Rivestimento intramontabile anche per la poltrona, la pelle più passano gli anni più diventa bella, se le si dedica la corretta manutenzione. Ad alta traspirazione e resistenza, va infatti nutrita e detersa con prodotti cremosi appositi che ne garantiscono la durata. L'ecopelle (ovvero la finta pelle o pelle sintetica) ha una texture molto simile alla pelle, è resistente e morbida, in tanti colori e si presta a lavorazioni all'avanguardia, per esempio il taglio a laser; ha ovviamente costi inferiori alla pelle naturale.



Poltrone Jane e divano angolare Parioli di Febal Casa

Le **poltrone Jane** hanno una linea arrotondata e sono completamente rivestite in tessuto verde. Misurano L 74 x P 81 x H 74 cm. Prezzo a partire da 640 euro cad. Sono abbinare al grande divano angolare **Parioli** in una raffinata tonalità di marrone, caratterizzato da una linea squadrata. Prezzo a partire da 730 euro (per un modulo base senza braccioli L 94 cm). Tutto **di Febal Casa**. <http://www.febalcasa.com>



Testata: Affari&Finanza (La Repubblica)
Data: 4 novembre 2024

FOCUS
IMPRESE

AZIENDE

Secondo il Centro Studi di Federlegno-Arredo il settore conta oltre 20 mila aziende, che occupano più di 140 mila addetti

IL DOSSIER

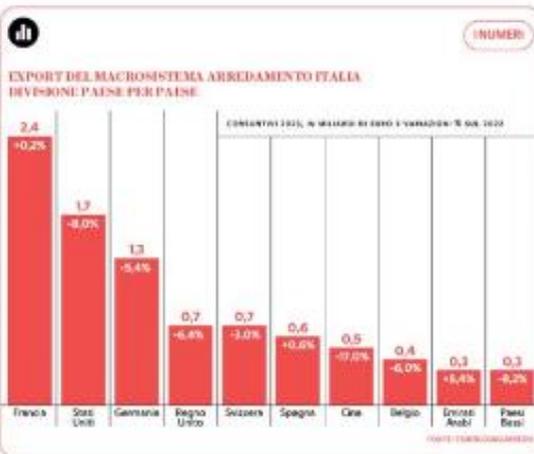
L'arredo Made in Italy cerca un nuovo scatto

Nella prima parte del 2024 il settore ha registrato una flessione del 3,7% delle vendite, ma le previsioni per fine anno sono di un recupero grazie all'export, che vale più di metà del mercato

Sibilla Di Palma

La domanda debole sia sul fronte interno, sia su quello estero, le incertezze sul fronte economico legate al rallentamento della crescita globale, il persistere delle tensioni geopolitiche. È uno scenario complesso quello in cui si trova a operare il sistema dell'arredo made in Italy, alle prese con una contrazione delle vendite, anche se le prospettive per i prossimi mesi appaiono cautamente ottimistiche. Secondo l'ultimo monitor realizzato dal Centro Studi di Federlegno-Arredo, che ha coinvolto un campione rappresentativo di aziende, il macrosistema arredamento ha registrato nei primi sei mesi dell'anno in corso una flessione delle vendite nell'ordine del 3,7% rispetto allo stesso periodo del 2023. In particolare, queste ultime in Italia sono diminuite del 5,1%, mentre quelle estere, che pesano la metà del totale, hanno subito una contrazione del 4,2%.

Proprio le esportazioni hanno rappresentato negli ultimi anni il punto di forza del settore, che nel 2023 è arrivato a valore circa 28 miliardi di euro, 85 dei quali realizzati oltre confine (il 53% del totale), con oltre 140 mila addetti e poco più di 20 mila aziende. I Paesi di destinazione hanno visto al primo posto la Francia (oltre 2,4 miliardi di euro, pari al 10,5% dell'export totale), seguita da Stati Uniti con 1,7 miliardi (9,7% del totale) e Germania con 1,3 miliardi e un peso 5,1%. Tra le regioni italiane è stata la Lombardia a guadagnarsi la prima posizione nella filiera dell'arredo, in termini di fatturato, export, numero di imprese e addetti. E il giro d'affari ha raggiunto 18,5 miliardi di euro, con oltre 4.600 imprese (5,4%) e quasi 33 mila addetti. Quanto all'export, quest'ultimo si è attestato lo scorso anno su un valore di 4,3 miliardi di euro (87% del totale). In ottica prospettica, nonostante il rallentamento del primo semestre, molte imprese guardano alla seconda metà dell'anno mantenendo un certo, seppur cauto, ottimismo, sotto l'impulso di Claudio Feltrin, presidente di Federlegno-Arredo. Nel dettaglio, il macrosistema arredamento dovrebbe registrare un aumento dell'1,4%, con una lieve flessione in Italia (meno 0,1%) compensata da una crescita



IL DATO
CASA E RISTRUTTURAZIONI IL 70% PIÙ MERCA LAVORI ENTRO IL 2024
Sette proprietari di casa su dieci in Italia pianificano di ristrutturare casa entro il 2024 e sei su dieci di farlo entro i prossimi dieci anni. È quanto emerge dall'indagine "Verso case green e efficienti energetiche e sicurezze dimorata", condotta da Nomisma, secondo cui il comfort abitativo è il principale motivo per cui le persone scelgono di ristrutturare (oltre il 50%). Gli investimenti necessari per la realizzazione degli interventi sono indicati come il principale ostacolo per ristrutturare casa (54%), per cui ha già ristrutturato il 33% per chi ristrutturare.

Il'Italia è la prima nella filiera dell'arredo per fatturato, export, imprese e addetti





Testata: Affari&Finanza (La Repubblica)
Data: 4 novembre 2024

28 MLD

Il valore in euro del comparto di legno e arredo (75 dell'export)

1,4

La stima di una possibile crescita in percentuale fine 2024

3,3

Per cento di possibile aumento dell'export fine 2024

2,4 MLD

Il valore dell'export verso la Francia, il Paese in testa a questa classifica



LO SVILUPPO

Gruppo Colombini sbarca negli States

Vacchi (ad gruppo Colombini): "Abbiamo in programma un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città americane, con l'obiettivo di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029"



GIOVANNI B. VACCHI
Amministratore delegato del Gruppo Colombini: "I consumatori statunitensi vogliono e apprezzano molto il Made in Italy"

Dalla pandemia al rallentamento economico, fino agli effetti dei conflitti in Ucraina e in Medio Oriente. Gli ultimi anni sono stati tutt'altro che semplici per le imprese italiane che si sono però dimostrate resilienti, riuscendo a restare competitive anche attraverso la spinta sui mercati internazionali e grazie agli investimenti su innovazione e tecnologia. Un trend che ha interessato anche le imprese tricolori attive nel settore dell'arredamento che oggi, secondo dati di FederlegnoArredo, sono arrivate a esportare il 55% dei propri prodotti. «Oggi per le aziende Made in Italy guardare all'estero è fondamentale, ma occorre farlo in maniera strutturata e con una pianificazione di medio-lungo termine, considerato che ciascun mercato estero si caratterizza per esigenze di prodotto differenti», osserva Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del gruppo sammarinese Colombini, fondato nel 1965 dall'omonima famiglia e attivo sul mercato con i marchi Febal Casa, Colombini Casa, Offic'e, Bontempi Casa, Ingenia e Colombini Group Contract. Il gruppo, che conta oltre 1.300 collaboratori e una rete di 27 negozi monomarca distribuiti in vari Paesi del mondo, sta portando avanti un importante piano di sviluppo internazionale, oltre che domestico. In particolare, attraverso il brand Febal Casa che commercializza programmi di arredo completi per tutta la casa, dalle soluzioni cucina a proposte living e salotti.

Nel primo semestre del 2024 sono stati inaugurati cinque nuovi punti vendita Febal Casa all'estero: due in Europa (uno store di 200 mq nel sud della Francia 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 nel centro di Cape Town, in Sudafrica; e un negozio di 400 mq in Nigeria, a Lagos. Il gruppo ha in programma, inoltre, un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città statunitensi, con l'obiettivo di raggiungere circa 15-20 nuove aperture entro il 2029. «Stiamo creando una struttura locale per supportare la crescita su questo mercato qui abbiamo costruito già due anni fa la Colombini group of America con un management italiano dotato di 30 anni di esperienza sul territorio», spiega Vacchi. Tra i prossimi opening, il 21 novembre verrà inaugurato un flagship store Febal Casa di 600 mq, a Miami, in Florida, men-

tre il 23 novembre sarà la volta di un punto vendita a Scottsdale, in Arizona, che avrà una superficie di 300 mq. La successiva apertura è prevista per il 6 dicembre a Orange County, in California. Entro l'estate 2025 verrà inaugurato un punto vendita di Bontempi Casa sempre a Miami. «I consumatori statunitensi apprezzano molto il Made in Italy e riteniamo che il nostro prodotto, sofisticato e di alta qualità, ma dal prezzo competitivo rispetto agli altri competitor del lusso possa essere vincente su questo mercato», osserva Vacchi. Il gruppo punta a espandersi anche in Canada e in Medio Oriente, oltre che in alcuni Paesi europei, come Francia, Spagna, Svizzera e Belgio, e nella zona dell'Asia Pacific.

L'obiettivo è di arrivare, entro i prossimi cinque anni a una quota del 20-25% del fatturato prodotto oltre confine (dal 15% attuale). Contemporaneamente prosegue lo sviluppo sul mercato domestico dove nei primi mesi del 2024 sono stati inaugurati nove punti vendita. «Il mercato italiano resta la nostra roccia forte e vogliamo continuare a presidiarlo con grande forza e attenzione», sottolinea Vacchi. L'obiettivo è di arrivare a 300 punti vendita, tra Italia ed estero, entro la fine del 2025. Lo scorso anno il gruppo ha prodotto complessivamente 520 mila arredi, oltre mille al giorno, di cui 12 mila cucine; 24 mila soggiorni completi, 66 mila zone notte, 54 mila armadiature e 164 mila altre configurazioni di mobili componibili. «Vogliamo crescere partendo dalla nostra proposta di arredo completo per tutta la casa e continuando a focalizzarci sull'esperienza di acquisto. All'interno dei punti vendita Febal Casa offriamo infatti anche un servizio di consulenza e progettazione, con la possibilità di visionare un'ampia gamma di campioni e di scegliere tra diverse proposte personalizzate di arredo», spiega Vacchi.

Di pari passo proseguono gli investimenti sull'intelligenza artificiale e sulla sostenibilità, due temi fondamentali per restare competitivi. «Un paio di anni fa abbiamo iniziato a implementare l'AI per ottimizzare l'area operation e oggi stiamo lavorando a progetti nelle aree dello sviluppo prodotto», racconta Vacchi che aggiunge come «in ambito sostenibilità siamo invece da sempre molto attenti alla scelta dei fornitori; inoltre, utilizziamo per i nostri mobili un pannello a ridotte emissioni, oltre a promuovere azioni di riciclo dei materiali». - s.d.p.

consumatori. Sul mercato domestico potrebbe incidere positivamente anche il "pacchetto casa" contenuto nella Legge di bilancio 2025, che proroga per un altro anno il bonus mobili, con un tetto di spesa di 5 mila euro. L'agevolazione per l'acquisto degli arredi riguarda chi ha effettuato lavori nel 2024 o li avrà nel 2025. Nell'ambito del "pacchetto casa" è stato confermato anche il bonus ristrutturazioni al 50%, ma solo per la prima casa e solo per il 2025, con una riduzione al 58% negli anni 2026 e 2027. Mentre per le altre abitazioni, già dal prossimo anno, scadrà il ribasso al 36%, con un'altra eccezione al 30% per gli anni 2026 e 2027. Per tutte le abitazioni resta infine fermo il tetto massimo di spesa a 90 mila euro.

Notizie positive sulle intenzioni dei consumatori arrivano infine dall'Osservatorio Compass-Speciale Arredo 2024, secondo cui gli italiani aumenteranno il budget in questo campo nel corso dei prossimi dodici mesi, arrivando in media a 1.594 euro. Gli acquisti dovrebbero riguardare soprattutto i

complementi di arredo (24%), anche se una parte rilevante del budget sarà destinata anche agli elementi per le camere da letto. A spingere gli acquisti resta l'impetenza che gli italiani attribuiscono alla casa: il 77% vive in un'abitazione di proprietà e due su tre considerano l'attuale dimora una soluzione stabile e a lungo termine. I rivenditori del comparto, si legge nell'Osservatorio, guardano non a caso con fiducia al proprio giro di affari e alla congiuntura economica. Ben il 42% è convinto, infatti, di chiudere l'anno con un incremento delle vendite rispetto al 2023. Inoltre, i rivenditori ritengono che la sostenibilità ambientale sia un parametro sempre più rilevante per le scelte dei consumatori. A questo proposito, l'Osservatorio Non Food di CSI Italy evidenzia che i temi più sentiti dai consumatori nel settore dell'arredo sono l'utilizzo di materiali riciclabili, come il legno, la riciclabilità dei prodotti e del loro imballaggio e i servizi connessi alla sostenibilità, come il ritiro e l'acquisto e la raccolta di prodotti da smaltire.



Testata: Affari&Finanza (La Repubblica)

Data: 4 novembre 2024

LO SVILUPPO

Gruppo Colombini sbarca negli States

Vacchi (ad gruppo Colombini): «Abbiamo in programma un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città americane, con l'obiettivo di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029»

Dalla pandemia al rallentamento economico, fino agli effetti dei conflitti in Ucraina e in Medio Oriente. Gli ultimi anni sono stati tutt'altro che semplici per le imprese italiane che si sono però dimostrate resilienti, riuscendo a restare competitive anche attraverso la spinta sui mercati internazionali e grazie agli investimenti su innovazione e tecnologia. Un trend che ha interessato anche le imprese tricolore attive nel settore dell'arredamento che oggi, secondo dati di FederlegnoArredo, sono arrivate a esportare il 53% dei propri prodotti. «Oggi per le aziende Made in Italy guardare all'estero è fondamentale, ma occorre farlo in maniera strutturata e con una pianificazione di medio-lungo termine, considerato che ciascun mercato estero si caratterizza per esigenze di prodotto differenti», osserva Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del gruppo sammarinese Colombini, fondato nel 1965 dall'omonima famiglia e attivo sul mercato con i marchi Febal Casa, Colombini Casa, Offic'è, Bontempi Casa, Ingenia e Colombini Group Contract. Il gruppo, che conta oltre 1.300 collaboratori e una rete di 217 negozi monomarca distribuiti in vari Paesi del mondo, sta portando avanti un importante piano di sviluppo internazionale, oltre che domestico. In particolare, attraverso il brand Febal Casa che com-

mercializza programmi di arredo completi per tutta la casa, dalle soluzioni cucina a proposte living e notte.

Nel primo semestre del 2024 sono stati inaugurati cinque nuovi punti vendita Febal Casa all'estero: due in Europa (uno store di 200 mq nel sud della Francia 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 nel centro di Cape Town, in Sudafrica, e un negozio di 400 mq in Nigeria, a Lagos. Il gruppo ha in programma, inoltre, un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città statunitensi, con l'obiettivo di raggiungere circa 15-20 nuove aperture entro il 2029. «Stiamo creando una struttura locale per supportare la crescita su questo mercato: qui abbiamo costituito già due anni fa la Colombini group of America con un management italiano dotato di 30 anni di esperienza sul territorio», spiega Vacchi. Tra i prossimi opening, il 21 novembre verrà inaugurato un flagship store Febal Casa di 600 mq, a Miami, in Florida, mentre il 23 novembre sarà la volta di un punto vendita a Scottsdale, in Arizona, che avrà una superficie di 300 mq. La successiva apertura è prevista per il 6 dicembre a Orange County, in California. Entro l'estate 2025 verrà inaugurato un punto vendita

di Bontempi Casa sempre a Miami. «I consumatori statunitensi apprezzano molto il Made in Italy e riteniamo che il nostro prodotto, sofisticato e di alta qualità, ma dal prezzo competitivo rispetto agli altri competitors del lusso possa essere vincente su questo mercato», osserva Vacchi. Il gruppo punta a espandersi anche in Canada e in Medio Oriente, oltre che in alcuni Paesi europei, come Francia, Spagna, Svizzera e Benelux, e nell'area dell'Asia-Pacifico.

L'obiettivo è di arrivare entro i prossimi cinque anni a una quota del 20-25% del fatturato prodotto oltre confine (dal 15% attuale). Contestualmente prosegue lo sviluppo sul mercato domestico dove nei primi sei mesi del 2024 sono stati inaugurati nove punti vendita. «Il mercato italiano resta la nostra roccaforte e vogliamo continuare a presidiarlo con grande forza e attenzione», sottolinea Vacchi. L'obiettivo è di arrivare a 300 punti vendita, tra Italia ed estero, entro la fine del 2025. Lo scorso anno il gruppo ha prodotto complessivamente 320 mila ambienti, oltre mille al giorno, di cui 12 mila cucine, 24 mila soggiorni completi, 66 mila zone notte, 54 mila armadiature e 164 mila altre configurazioni di mobili componibili. «Vogliamo crescere puntando sulla nostra proposta di arredo completo per tutta la casa e continuando a focalizzarci sull'esperienza di acquisto. All'interno dei punti vendita Fe-



Testata: Affari&Finanza (La Repubblica)
Data: 4 novembre 2024

bal Casa offriamo infatti anche un servizio di consulenza e progettazione, con la possibilità di visionare un'ampia gamma di campionari e di scegliere tra diverse proposte personalizzate di arredo», spiega Vacchi.

Di pari passo proseguono gli inve-

stimenti sull'intelligenza artificiale e sulla sostenibilità, due temi fondamentali per restare competitivi. «Un paio di anni fa abbiamo iniziato a implementare l'AI per ottimizzare l'area operation e oggi stiamo lavorando a progetti nelle aree dello sviluppo prodotto», racconta Vac-

chi che aggiunge come «in ambito sostenibilità siamo invece da sempre molto attenti alla scelta dei fornitori; inoltre, utilizziamo per i nostri mobili un pannello a ridotte emissioni, oltre a promuovere azioni di riciclo dei materiali». - s.dp.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2,4 MLD

Il valore dell'export verso la Francia, il Paese in testa a questa classifica



GIOVANNI B. VACCHI

Amministratore delegato del Gruppo Colombini: «I consumatori statunitensi vogliono e apprezzano molto il Made in Italy»

Febal Casa sbarca negli Usa: apre a Miami, in Arizona e California

Grand opening del primo Flagship Store a Miami, e del monomarca Febal Casa a Scottsdale (Arizona). Obiettivo 15-20 aperture entro il 2029



'The Boulevard', Il building che ospita il flagship store Febal Casa a Miami

Febal Casa, annuncia le sue prime aperture retail negli Stati Uniti. L'apertura del Flagship Store Febal Casa a Miami, Florida, prevista per il 21 novembre 2024, rappresenta un importante passo nel piano di espansione globale del Gruppo Colombini, segnando un investimento strategico per la penetrazione in uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo. Il Flagship di Miami è il primo di una serie di aperture programmate, che includono anche l'inaugurazione ufficiale del punto vendita di Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre. Il Gruppo ha, infatti, un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città americane, con l'obiettivo di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029. **Il prossimo opening è previsto il 6 dicembre a Orange County, in California.**



“Con l’inaugurazione del nostro Flagship Store a Miami rafforzeremo il piano di espansione internazionale di Febal Casa, creando un hub strategico non solo per gli Stati Uniti, ma anche per il Canada e l’America Latina, dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente. Questo è possibile grazie a investimenti mirati sul brand, al suo posizionamento high-end, a collaborazioni strategiche con distributori locali e a un grande focus sul servizio ai clienti, garantito dalla presenza sul territorio di un team dedicato, guidato dal nostro CEO di Febal Casa USA.” **commenta Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.**

Gli spazi espositivi sono progettati per valorizzare lo stile di Febal Casa, presentando composizioni che riflettono il design italiano e i valori del brand attraverso ambientazioni di grande impatto visivo ed emotivo. Il layout è concepito per rispecchiare il concetto di abitare contemporaneo, favorendo interazioni naturali tra gli ambienti e ponendo particolare attenzione all’innovazione dei materiali.

In esposizione i prodotti più significativi delle collezioni, pensati per rispondere alle specifiche esigenze del mercato USA, puntando ad una percezione di sofisticata eleganza, oltre che un’esperienza di acquisto professionale e personalizzata.

Il concept degli store prevede la presenza di un’area experience, uno spazio esclusivo dove il cliente può usufruire di un servizio di consulenza di altissima qualità, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte di arredo.



“Siamo convinti che le aziende capaci di adattarsi velocemente e di innovare, non solo emergeranno con successo, ma diventeranno punti di riferimento anche in un contesto sfidante come quello attuale del mercato americano. La nostra strategia si basa sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un’offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Crediamo fermamente che realtà solide e orientate alla qualità, come Febal Casa, siano pronte non solo a rispondere alle esigenze del consumatore moderno, ma anche a conquistare nuove e significative quote di mercato.” afferma **Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini.**

I due punti vendita Febal Casa di Miami e Scottsdale ospiteranno eventi di apertura esclusivi. Queste occasioni offriranno un’esperienza immersiva, comprendente dimostrazioni di cucina dal vivo, dj set coinvolgenti e l’opportunità di interagire con un selezionato parterre di architetti, interior designer, influencer, developers e media. Un’occasione unica per scoprire il design e l’innovazione che rendono Febal Casa sinonimo di qualità e stile.

Febal Casa, al via il piano retail negli Usa



L'obiettivo è quello di raggiungere 15-20 aperture entro il 2029. Nel frattempo, il prossimo 21 novembre, sarà inaugurato il Flagship Store Febal Casa (600 mq) a Miami, in Florida, seguito dal monomarca Febal Casa (300 mq) di Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre. E, il 6 dicembre, da quello di Orange County, in California.

Febal Casa debutta negli Stati Uniti con le prime aperture retail, parte di un ambizioso piano di sviluppo «in uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo», ha spiegato il Gruppo Colombini, al quale fa capo il brand di arredamento.

«Con l'inaugurazione del nostro Flagship Store a Miami rafforzeremo il piano di espansione internazionale di Febal Casa, creando un hub strategico non solo per gli Stati Uniti, ma anche per il Canada e l'America Latina, dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente», ha commentato Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del Gruppo Colombini. «Questo è possibile grazie a investimenti mirati sul brand, al suo posizionamento high-end, a collaborazioni strategiche con distributori locali e a un grande focus sul servizio ai clienti, garantito dalla presenza sul territorio di un team dedicato, guidato dal nostro ceo di Febal Casa Usa».

Febal Casa conta attualmente 217 negozi monomarca in Italia e all'estero.

San Marino. Febal Casa sbarca negli Stati Uniti e apre un Flagship Store in Florida e un monomarca Febal Casa in Arizona



Febal Casa, tra le più importanti realtà nel settore dell'arredamento con 217 negozi monomarca sul territorio nazionale e internazionale, annuncia le sue prime aperture retail negli Stati Uniti

L'apertura del Flagship Store Febal Casa a Miami, Florida, prevista per il 21 novembre 2024, rappresenta un importante passo nel piano di espansione globale del Gruppo Colombini, segnando un investimento strategico per la penetrazione in uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo. Il Flagship di Miami è il primo di una serie di aperture programmate, che includono anche l'inaugurazione ufficiale del punto vendita di Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre 2024. Il Gruppo ha, infatti, un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città americane, con l'obiettivo di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029. Il prossimo opening è previsto il 6 dicembre a Orange County, in California.

“Con l'inaugurazione del nostro Flagship Store a Miami – spiga Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini – rafforzeremo il piano di espansione internazionale di Febal Casa, creando un hub strategico non solo per gli Stati Uniti, ma anche per il Canada e l'America Latina, dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente. Questo è possibile grazie a investimenti mirati sul brand, al suo posizionamento high-end, a collaborazioni strategiche con distributori locali e a un grande focus sul servizio ai clienti, garantito dalla presenza sul territorio di un team dedicato, guidato dal nostro CEO di Febal Casa USA,”.

Gli spazi espositivi sono progettati per valorizzare lo stile di Febal Casa, presentando composizioni che riflettono il design italiano e i valori del brand attraverso ambientazioni di grande impatto visivo ed emotivo. Il layout è concepito per rispecchiare il concetto di abitare contemporaneo, favorendo interazioni naturali tra gli ambienti e ponendo particolare attenzione all'innovazione dei materiali.

In esposizione i prodotti più significativi delle collezioni, pensati per rispondere alle specifiche esigenze del mercato USA, puntando ad una percezione di sofisticata eleganza, oltre che un'esperienza di acquisto professionale e personalizzata.

Il concept degli store prevede la presenza di un'area experience, uno spazio esclusivo dove il cliente può usufruire di un servizio di consulenza di altissima qualità, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte di arredo.

“Siamo convinti che le aziende capaci di adattarsi velocemente e di innovare, non solo emergeranno con successo, ma diventeranno punti di riferimento anche in un contesto sfidante come quello attuale del mercato americano – afferma Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini -. La nostra strategia si basa sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un'offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Crediamo fermamente che realtà solide e orientate alla qualità, come Febal Casa, siano pronte non solo a rispondere alle esigenze del consumatore moderno, ma anche a conquistare nuove e significative quote di mercato,”.

I due punti vendita Febal Casa di Miami e Scottsdale ospiteranno eventi di apertura esclusivi. Queste occasioni offriranno un'esperienza immersiva, comprendente dimostrazioni di cucina dal vivo, dj set coinvolgenti e l'opportunità di interagire con un selezionato parterre di architetti, interior designer, influencer, developers e media. Un'occasione unica per scoprire il design e l'innovazione che rendono Febal Casa sinonimo di qualità e stile.

I nuovi store:

Miami. Il Flagship Store di Miami, con una superficie di 600 mq, si trova al 5700 Biscayne Blvd, unit 106, all'interno del nuovo edificio The Boulevard, a soli cinque minuti dal Miami Design District.

Scottsdale. Lo store di Scottsdale, con una superficie di 300 mq, è al 7550 E Greenway Rd #115, all'interno del District At The Airpark.

Febal Casa è il brand con cui Colombini Group, attraverso i punti vendita monomarca distribuiti capillarmente su tutto il territorio nazionale e internazionale, 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 Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Ingenia, 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 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in vari paesi mondo.



Testata: Giornalesm.com
Data: 4 novembre 2024

San Marino. Febal Casa debutta in USA. Grand opening del primo Flagship Store a Miami, in Florida e del monomarca Febal Casa a Scottsdale, in Arizona



San Marino, 4 novembre 2024 – Febal Casa, tra le più importanti realtà nel settore dell’arredamento con 217 negozi monomarca sul territorio nazionale e internazionale, è entusiasta di annunciare le sue prime aperture retail negli Stati Uniti.

L’apertura del Flagship Store Febal Casa a Miami, Florida, prevista per il 21 novembre 2024, rappresenta un importante passo nel piano di espansione globale del Gruppo Colombini, segnando un investimento strategico per la penetrazione in uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo. Il Flagship di Miami è il primo di una serie di aperture programmate, che includono anche l’inaugurazione ufficiale del punto vendita di Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre 2024. Il Gruppo ha, infatti, un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città americane, con l’obiettivo di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029. Il prossimo opening è previsto il 6 dicembre a Orange County, in California.

“Con l’inaugurazione del nostro Flagship Store a Miami rafforzeremo il piano di espansione internazionale di Febal Casa, creando un hub strategico non solo per gli Stati Uniti, ma anche per il Canada e l’America Latina, dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente. Questo è possibile grazie a investimenti mirati sul brand, al suo posizionamento high-end, a collaborazioni strategiche con distributori locali e a un grande focus sul servizio ai clienti, garantito dalla presenza sul territorio di un team dedicato, guidato dal nostro CEO di Febal Casa USA,” **commenta Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.**

Gli spazi espositivi sono progettati per valorizzare lo stile di Febal Casa, presentando composizioni che riflettono il design italiano e i valori del brand attraverso ambientazioni di grande impatto visivo ed emotivo. Il layout è concepito per rispecchiare il concetto di abitare contemporaneo, favorendo interazioni naturali tra gli ambienti e ponendo particolare attenzione all’innovazione dei materiali.



Testata: Giornalesm.com

Data: 4 novembre 2024

In esposizione i prodotti più significativi delle collezioni, pensati per rispondere alle specifiche esigenze del mercato USA, puntando ad una percezione di sofisticata eleganza, oltre che un'esperienza di acquisto professionale e personalizzata.

Il concept degli store prevede la presenza di un'area experience, uno spazio esclusivo dove il cliente può usufruire di un servizio di consulenza di altissima qualità, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte di arredo.

“Siamo convinti che le aziende capaci di adattarsi velocemente e di innovare, non solo emergeranno con successo, ma diventeranno punti di riferimento anche in un contesto sfidante come quello attuale del mercato americano. La nostra strategia si basa sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un'offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Crediamo fermamente che realtà solide e orientate alla qualità, come Febal Casa, siano pronte non solo a rispondere alle esigenze del consumatore moderno, ma anche a conquistare nuove e significative quote di mercato,” afferma **Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini.**

I due punti vendita Febal Casa di Miami e Scottsdale ospiteranno eventi di apertura esclusivi. Queste occasioni offriranno un'esperienza immersiva, comprendente dimostrazioni di cucina dal vivo, dj set coinvolgenti e l'opportunità di interagire con un selezionato parterre di architetti, interior designer, influencer, developers e media. Un'occasione unica per scoprire il design e l'innovazione che rendono Febal Casa sinonimo di qualità e stile.

I nuovi store:

Miami. Il Flagship Store di Miami, con una superficie di 600 mq, si trova al 5700 Biscayne Blvd, unit 106, all'interno del nuovo edificio The Boulevard, a soli cinque minuti dal Miami Design District.

Scottsdale. Lo store di Scottsdale, con una superficie di 300 mq, è al 7550 E Greenway Rd #115, all'interno del District At The Airpark.

Febal Casa è il brand con cui Colombini Group, attraverso i punti vendita monomarca distribuiti capillarmente su tutto il territorio nazionale e internazionale, 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 Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Ingenia, 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 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in vari paesi mondo.

Febal Casa sbarca negli Stati Uniti: nuove aperture a Miami e Scottsdale



Febal Casa, marchio di punta del Gruppo Colombini e sinonimo di eccellenza nel settore dell'arredamento, celebra il suo debutto negli Stati Uniti con l'apertura di due nuovi flagship store. Il primo, situato a Miami al 5700 Biscayne Blvd, sarà inaugurato il 21 novembre 2024, seguito da quello di Scottsdale, Arizona, il 23 novembre. Questi eventi segnano l'inizio di un ambizioso piano di espansione che prevede fino a 20 nuove aperture entro il 2029, con il prossimo store a Orange County, California, previsto per il 6 dicembre.

Giovanni Battista Vacchi, CEO del Gruppo Colombini, sottolinea come l'apertura a Miami rappresenti un hub strategico per gli USA, il Canada e l'America Latina. "Con investimenti mirati e collaborazioni con distributori locali, puntiamo a rafforzare la presenza del brand in un mercato competitivo, mantenendo un focus sul servizio e sulla qualità", afferma Vacchi.

Gli store di Miami e Scottsdale sono progettati per esibire il design italiano distintivo di Febal Casa, con ambienti di grande impatto visivo e spazi interattivi che permettono ai clienti di esplorare campionari e ricevere consulenze personalizzate. Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo, evidenzia come la capacità di adattarsi e innovare sia cruciale per emergere nel mercato americano, sottolineando l'equilibrio tra prodotto, prezzo e servizio.

Le inaugurazioni saranno accompagnate da eventi esclusivi, tra cui dimostrazioni culinarie dal vivo e DJ set, offrendo agli ospiti un'immersione nell'universo Febal Casa, con la partecipazione di architetti, designer e influencer.



Febal Casa debutta in USA: Grand opening del primo Flagship Store a Miami, in Florida e del monomarca Febal Casa a Scottsdale, in Arizona



Febal Casa, tra le più importanti realtà nel settore dell'arredamento con 217 negozi monomarca sul territorio nazionale e internazionale, è entusiasta di annunciare le sue prime aperture retail negli Stati Uniti.

L'apertura del Flagship Store Febal Casa a Miami, Florida, prevista per il 21 novembre 2024, rappresenta un importante passo nel piano di espansione globale del Gruppo Colombini, segnando un investimento strategico per la penetrazione in uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo.

Il Flagship di Miami è il primo di una serie di aperture programmate, che includono anche l'inaugurazione ufficiale del punto vendita di Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre 2024.

Il Gruppo ha, infatti, un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città americane, con l'obiettivo di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029. Il prossimo opening è previsto il 6 dicembre a Orange County, in California.

“Con l'inaugurazione del nostro Flagship Store a Miami rafforzeremo il piano di espansione internazionale di Febal Casa, creando un hub strategico non solo per gli Stati Uniti, ma anche per il Canada e l'America Latina, dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente. Questo è possibile grazie a investimenti mirati sul brand, al suo posizionamento high-end, a collaborazioni strategiche con distributori locali e a un grande focus sul servizio ai clienti, garantito dalla presenza sul territorio di un team dedicato, guidato dal nostro CEO di Febal Casa USA.” commenta Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.

Gli spazi espositivi sono progettati per valorizzare lo stile di Febal Casa, presentando composizioni che riflettono il design italiano e i valori del brand attraverso ambientazioni di grande impatto visivo ed



emotivo. Il layout è concepito per rispecchiare il concetto di abitare contemporaneo, favorendo interazioni naturali tra gli ambienti e ponendo particolare attenzione all'innovazione dei materiali.

In esposizione i prodotti più significativi delle collezioni, pensati per rispondere alle specifiche esigenze del mercato USA, puntando ad una percezione di sofisticata eleganza, oltre che un'esperienza di acquisto professionale e personalizzata.

Il concept degli store prevede la presenza di un'area experience, uno spazio esclusivo dove il cliente può usufruire di un servizio di consulenza di altissima qualità, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte di arredo.

“Siamo convinti che le aziende capaci di adattarsi velocemente e di innovare, non solo emergeranno con successo, ma diventeranno punti di riferimento anche in un contesto sfidante come quello attuale del mercato americano. La nostra strategia si basa sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un'offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Crediamo fermamente che realtà solide e orientate alla qualità, come Febal Casa, siano pronte non solo a rispondere alle esigenze del consumatore moderno, ma anche a conquistare nuove e significative quote di mercato.” afferma Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini.

I due punti vendita Febal Casa di Miami e Scottsdale ospiteranno eventi di apertura esclusivi. Queste occasioni offriranno un'esperienza immersiva, comprendente dimostrazioni di cucina dal vivo, dj set coinvolgenti e l'opportunità di interagire con un selezionato parterre di architetti, interior designer, influencer, developers e media. Un'occasione unica per scoprire il design e l'innovazione che rendono Febal Casa sinonimo di qualità e stile.

I nuovi store:

- Miami. Il Flagship Store di Miami, con una superficie di 600 mq, si trova al 5700 Biscayne Blvd, unit 106, all'interno del nuovo edificio The Boulevard, a soli cinque minuti dal Miami Design District.
- Scottsdale. Lo store di Scottsdale, con una superficie di 300 mq, è al 7550 E Greenway Rd #115, all'interno del District At The Airpark.

Febal Casa è il brand con cui Colombini Group, attraverso i punti vendita monomarca distribuiti capillarmente su tutto il territorio nazionale e internazionale, 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 Colombini Casa, Febal Casa,



Bontempi Casa, Ingenia, 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 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in vari paesi mondo.



Testata: Italia Oggi
Data: 5 novembre 2024

Febal Casa, al via il piano retail negli Usa

L'obiettivo è quello di raggiungere 15-20 aperture entro il 2029. Nel frattempo, il prossimo 21 novembre, sarà inaugurato il Flagship Store Febal Casa (600 mq) a Miami, in Florida, seguito dal monomarca Febal Casa (300 mq) di Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre. E, il 6 dicembre, da quello di Orange County, in California.

Febal Casa debutta negli Stati Uniti con le prime aperture retail, parte di un ambizioso piano di sviluppo «in uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo», ha spiegato il Gruppo Colombini, al quale fa capo il brand di arredamento.

«Con l'inaugurazione del nostro Flagship Store a Miami rafforzeremo il piano di espan-

sione internazionale di Febal Casa, creando un hub strategico non solo per gli Stati Uniti, ma anche per il Canada e l'America Latina,

dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente», ha commentato **Giovanni Battista Vacchi**, amministratore delegato del Gruppo Colombini. «Questo è possibile grazie a investimenti mirati sul brand, al suo posizionamento high-end, a collaborazioni strategiche con distributori locali e a un grande focus sul servizio ai clienti, garantito dalla presenza sul territorio di un team dedicato, guidato dal nostro ceo di Febal Casa Usa».



Inaugurazione il 21 novembre per il Flagship Store Febal Casa di Miami, in Florida

Febal Casa conta attualmente 217 negozi monomarca in Italia e all'estero.

— © Riproduzione riservata —



Testata: Corriere Romagna di Rimini e San Marino

Data: 5 novembre 2024

ECONOMIA

Il gruppo Colombini vola negli Usa Arizona e Miami, ecco i negozi Febal

L'azienda sammarinese si allarga
Il presidente: «Pronti a conquistare
delle nuove quote di mercato»

SAN MARINO

CARLA DINI

Febal Casa sbarca in America. L'obiettivo del gruppo è di raggiungere una ventina di aperture entro il 2029. Tra le più importanti realtà nel settore dell'arredamento con 217 negozi monomarca, l'azienda sammarinese, fondata nel 1965, annuncia le sue prime aperture retail negli Stati Uniti. Il primo taglio del nastro, in calendario il prossimo 21 novembre, riguarderà il "flagship store Febal Casa" a Miami, in Florida, uno spazio da 600 metri quadri rappresenta «un importante passo nel piano di espansione globale» del Gruppo Colombini, «segnando un investimento strategico per la penetrazione in uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo». Ma c'è di più. Il Flagship di Miami sarà solo il

primo di una serie di aperture programmate, che includono anche l'inaugurazione ufficiale di altri due punti vendita: l'uno a Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre e l'altro a Orange County il 6 dicembre. L'obiettivo del gruppo è di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029.

Un futuro a stelle e strisce

«Con l'inaugurazione del nostro Flagship Store a Miami – commenta Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del Gruppo – rafforzeremo il piano di espansione internazionale di Febal Casa, creando un hub strategico non solo per gli Stati Uniti, ma anche per il Canada e l'America Latina, dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente». Gli spazi espositivi sono progettati per valorizzare lo stile di Febal Casa, presentando composizioni che riflettono il design italiano e i valori del brand «attraverso

ambientazioni di grande impatto visivo ed emotivo». Il concept degli store prevede la presenza di un'area experience, uno spazio esclusivo «dove il cliente può usufruire di un servizio di consulenza di altissima qualità, visionare interi campionari e poi scegliere tra le diverse proposte di arredo». A tirare le somme è Emanuel Colombini, presidente del Gruppo Colombini. «La nostra strategia – afferma – si basa sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un'offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Crediamo fermamente che realtà solide e orientate alla qualità, come Febal Casa, siano pronte non solo a rispondere alle esigenze del consumatore moderno, ma anche a conquistare nuove e significative quote di mercato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Emanuel Colombini, presidente dell'omonimo gruppo

Gruppo Colombini sbarca negli States

Vacchi (ad gruppo Colombini): "Abbiamo in programma un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città americane, con l'obiettivo di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029"

Dalla pandemia al rallentamento economico, fino agli effetti dei conflitti in Ucraina e in Medio Oriente. Gli ultimi anni sono stati tutt'altro che semplici per le imprese italiane che si sono però dimostrate resilienti, riuscendo a restare competitive anche attraverso la spinta sui mercati internazionali e grazie agli investimenti su innovazione e tecnologia. Un trend che ha interessato anche le imprese tricolore attive nel settore dell'arredamento che oggi, secondo dati di FederlegnoArredo, sono arrivate a esportare il 53% dei propri prodotti. "Oggi per le aziende Made in Italy guardare all'estero è fondamentale, ma occorre farlo in maniera strutturata e con una pianificazione di medio-lungo termine, considerato che ciascun mercato estero si caratterizza per esigenze di prodotto differenti", osserva Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del gruppo sammarinese Colombini, fondato nel 1965 dall'omonima famiglia e attivo sul mercato con i marchi Febal Casa, Colombini Casa, Offic'è, Bontempi Casa, Ingenia e Colombini Group Contract. Il gruppo, che conta oltre 1.300 collaboratori e una rete di 217 negozi monomarca distribuiti in vari Paesi del mondo, sta portando avanti un importante piano di sviluppo internazionale, oltre che domestico. In particolare, attraverso il brand Febal Casa che commercializza programmi di arredo completi per tutta la casa, dalle soluzioni cucina a proposte living e notte.

Nel primo semestre del 2024 sono stati inaugurati cinque nuovi punti vendita Febal Casa all'estero: due in Europa (uno store di 200 mq nel sud della Francia 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 nel centro di Cape Town, in Sudafrica, e un negozio di 400 mq in Nigeria, a Lagos. Il gruppo ha in programma, inoltre, un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città statunitensi, con l'obiettivo di raggiungere circa 15-20 nuove aperture entro il 2029. "Stiamo creando una struttura locale per supportare la crescita su questo mercato: qui abbiamo costituito già due anni fa la Colombini group of America con un management italiano dotato di 30 anni di esperienza sul territorio", spiega Vacchi.

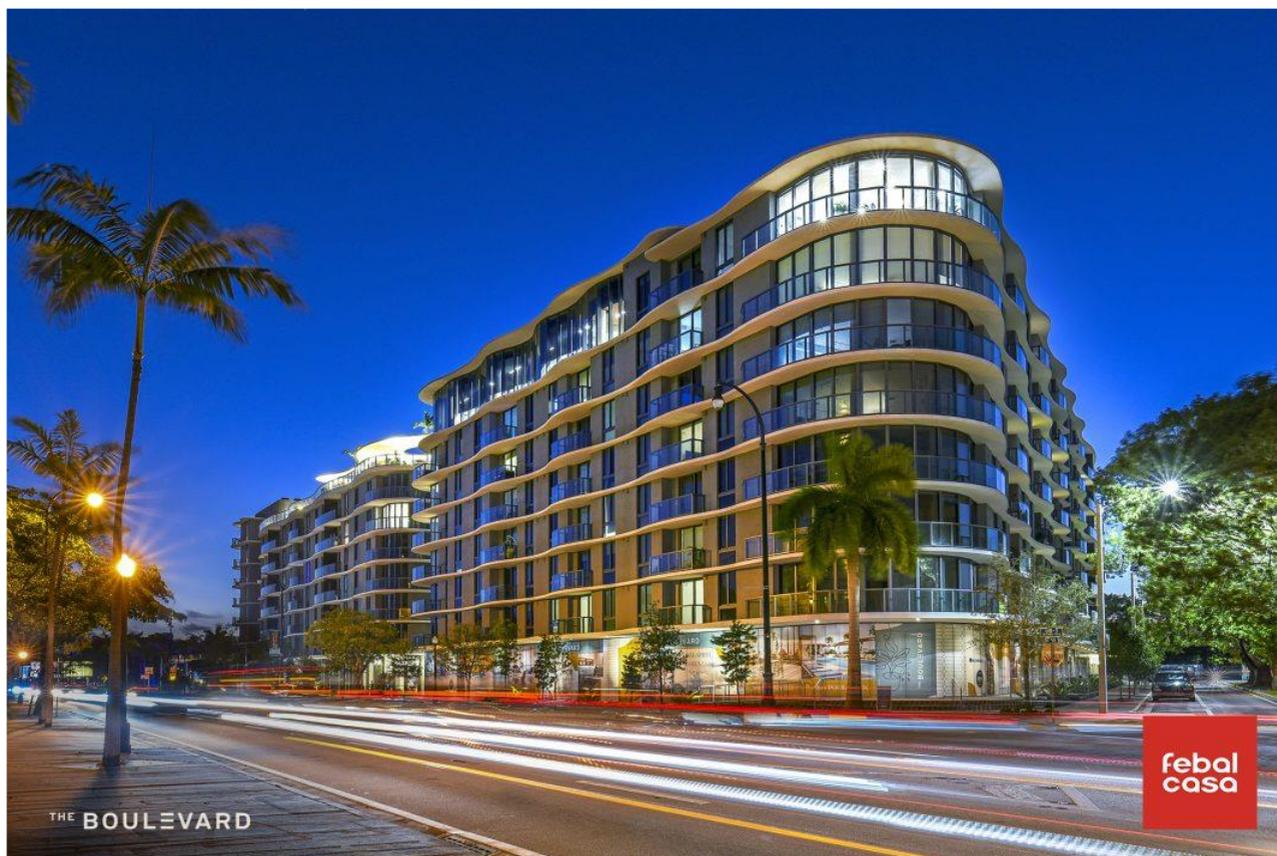
Tra i prossimi opening, il 21 novembre verrà inaugurato un flagship store Febal Casa di 600 mq, a Miami, in Florida, mentre il 23 novembre sarà la volta di un punto vendita a Scottsdale, in Arizona, che avrà una superficie di 300 mq. La successiva apertura è prevista per il 6 dicembre a Orange County, in California. Entro l'estate 2025 verrà inaugurato un punto vendita di Bontempi Casa sempre a Miami. "I consumatori statunitensi apprezzano molto il Made in Italy e riteniamo che il nostro prodotto, sofisticato e di alta qualità, ma dal prezzo competitivo rispetto agli altri competitors del lusso possa essere vincente su questo mercato", osserva Vacchi. Il gruppo punta a espandersi anche in Canada e in Medio Oriente, oltre che in alcuni Paesi europei, come Francia, Spagna, Svizzera e Benelux, e nell'area dell'Asia-Pacifico.

L'obiettivo è di arrivare entro i prossimi cinque anni a una quota del 20-25% del fatturato prodotto oltre confine (dal 15% attuale). Contestualmente prosegue lo sviluppo sul mercato domestico dove nei primi sei mesi del 2024 sono stati inaugurati nove punti vendita. "Il mercato italiano resta la nostra roccaforte e vogliamo continuare a presidiarlo con grande forza e attenzione", sottolinea Vacchi. L'obiettivo è di arrivare a 300 punti vendita, tra Italia ed estero, entro la fine del 2025. Lo scorso anno il gruppo ha prodotto complessivamente 320 mila ambienti, oltre mille al giorno, di cui 12 mila cucine, 24 mila soggiorni completi, 66 mila zone notte, 54 mila armadiature e 164 mila altre configurazioni di mobili componibili. "Vogliamo crescere puntando sulla nostra proposta di arredo completo per tutta

la casa e continuando a focalizzarci sull'esperienza di acquisto. All'interno dei punti vendita Febal Casa offriamo infatti anche un servizio di consulenza e progettazione, con la possibilità di visionare un'ampia gamma di campionari e di scegliere tra diverse proposte personalizzate di arredo", spiega Vacchi.

Di pari passo proseguono gli investimenti sull'intelligenza artificiale e sulla sostenibilità, due temi fondamentali per restare competitivi. "Un paio di anni fa abbiamo iniziato a implementare l'AI per ottimizzare l'area operation e oggi stiamo lavorando a progetti nelle aree dello sviluppo prodotto", racconta Vacchi che aggiunge come "in ambito sostenibilità siamo invece da sempre molto attenti alla scelta dei fornitori; inoltre, utilizziamo per i nostri mobili un pannello a ridotte emissioni, oltre a promuovere azioni di riciclo dei materiali".

Febal Casa debutta negli USA



L'edificio di Miami (USA) in cui si colloca il nuovo flagship store Febal Casa

Febal Casa espande la rete vendita in USA con due grand opening a Miami e a Scottsdale, a cui seguiranno le aperture di altri showroom per arrivare fino a 15-20 nuovi store entro il 2029

Arriva anche negli USA Febal Casa, con il debutto di due showroom: il **Flagship Store Febal Casa a Miami**, in Florida, **che si inaugura il 21 novembre**, e il punto vendita di **Scottsdale**, in Arizona, **che apre al pubblico il 23 novembre**. Il primo, il Flagship Store di **Miami**, si trova **a soli cinque minuti dal Miami Design District**, al 5700 Biscayne Blvd, unit 106, all'interno del nuovo edificio The Boulevard, estendendosi con una superficie di **600 mq**. Posizione strategica anche per **lo store di Scottsdale** che si colloca nel **District At The Airpark**, al 7550 E Greenway Rd #115, con una superficie di **300 mq**. Per i due punti vendita **Febal Casa** di **Miami e Scottsdale** sono previsti **eventi di apertura esclusivi**, che offriranno agli invitati un'esperienza immersiva a iniziare dalle dimostrazioni di cucina dal vivo e dj set fino all'opportunità di interagire con architetti, interior designer, influencer, developers e media.



Origina è una delle cucine in mostra nel nuovo Febal Casa Miami

Il Flagship Store Febal Casa a Miami rappresenta **un importante passo nel piano di espansione globale del Gruppo Colombini**, segnando un investimento strategico per la penetrazione in uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo. Ma questo store è solo il primo di **una serie di aperture programmate**, che ben esprimono l'ambizioso **piano di sviluppo del brand Febal Casa nelle principali città americane**. L'obiettivo dell'azienda è infatti di **raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029**, che si sommano ai **217 negozi monomarca in vari paesi mondo**. Il successivo opening sarà il 6 dicembre a Orange County, in California. *“Con l'inaugurazione del nostro **Flagship Store a Miami** rafforzeremo il piano di espansione internazionale di Febal Casa, creando **un hub strategico non solo per gli Stati Uniti, ma anche per il Canada e l'America Latina, dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente. Questo è possibile grazie a investimenti mirati sul brand, al suo posizionamento high-end, a collaborazioni strategiche con distributori locali e a un grande focus sul servizio ai clienti, garantito dalla presenza sul territorio di un team dedicato, guidato dal nostro CEO di Febal Casa USA**”, commenta Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.*



Febal Casa: spazio allestito con i mobili e i complementi della Collezione Giorno

Come tutti gli spazi espositivi del brand, anche questi americani sono presentano **ambientazioni di grande impatto**. Il layout è concepito per rispecchiare il concetto di abitare contemporaneo, in cui gli spazi integrati sono allestiti con particolare attenzione all'innovazione dei materiali. In esposizione i **prodotti più significativi delle collezioni**, pensati per rispondere alle **specifiche esigenze del mercato USA** puntando ad una percezione di sofisticata eleganza, oltre che un'esperienza di acquisto professionale e personalizzata. Il concept degli store prevede la presenza di **un'area experience**, uno spazio esclusivo dove il cliente può usufruire di un servizio di consulenza di altissima qualità, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte di arredo. *"Siamo convinti che le aziende capaci di adattarsi velocemente e di innovare, non solo emergeranno con successo, ma diventeranno punti di riferimento anche in un contesto sfidante come quello attuale del mercato americano"*, afferma Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini. *"La nostra strategia si basa sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un'offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Crediamo fermamente che realtà solide e orientate alla qualità, come Febal Casa, siano pronte non solo a rispondere alle esigenze del consumatore moderno, ma anche a conquistare nuove e significative quote di mercato."*

San Marino, il gruppo Colombini vola negli Usa: Arizona e Miami, ecco i negozi Febal



Emanuel Colombini, presidente dell'omonimo gruppo

Febal Casa sbarca in America. L'obiettivo del gruppo è di raggiungere una ventina di aperture entro il 2029. Tra le più importanti realtà nel settore dell'arredamento con 217 negozi monomarca, l'azienda sammarinese, fondata nel 1965, annuncia le sue prime aperture retail negli Stati Uniti. Il primo taglio del nastro, in calendario il prossimo 21 novembre, riguarderà il "flagship store Febal Casa" a Miami, in Florida, uno spazio da 600 metri quadri rappresenta «un importante passo nel piano di espansione globale» del Gruppo Colombini, «segnando un investimento strategico per la penetrazione in uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo». Ma c'è di più. Il Flagship di Miami sarà solo il primo di una serie di aperture programmate, che includono anche l'inaugurazione ufficiale di altri due punti vendita: l'uno a Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre e l'altro a Orange County il 6 dicembre. L'obiettivo del gruppo è di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029.

Un futuro a stelle e strisce

«Con l'inaugurazione del nostro Flagship Store a Miami – commenta Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del Gruppo - rafforzeremo il piano di espansione internazionale di Febal Casa, creando un hub strategico non solo per gli Stati Uniti, ma anche per il Canada e l'America Latina, dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente». Gli spazi espositivi sono progettati per

valorizzare lo stile di Febal Casa, presentando composizioni che riflettono il design italiano e i valori del brand «attraverso ambientazioni di grande impatto visivo ed emotivo». Il concept degli store prevede la presenza di un'area experience, uno spazio esclusivo «dove il cliente può usufruire di un servizio di consulenza di altissima qualità, visionare interi campionari e poi scegliere tra le diverse proposte di arredo». A tirare le somme è Emanuel Colombini, presidente del Gruppo Colombini. «La nostra strategia – afferma - si basa sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un'offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Crediamo fermamente che realtà solide e orientate alla qualità, come Febal Casa, siano pronte non solo a rispondere alle esigenze del consumatore moderno, ma anche a conquistare nuove e significative quote di mercato».

Febal Casa debuts in the U.S.



Febal Casa, among the most important companies in the furniture industry with 217 monobrand stores nationwide and internationally, is excited to announce its first retail openings in the United States.

The opening of the Febal Casa Flagship Store in Miami, Florida, scheduled for November 21, 2024, represents an important step in the Colombini Group's global expansion plan, marking a strategic investment in penetrating one of the world's most dynamic and competitive markets.

Not just kitchen

Connettere cucina, dining, living e relax in un unico ambiente open: è per questo che i modelli cucina sono "not just kitchen", ma programmi di arredo estesi

Le cucine si espandono e puntano all'integrazione con le aree giorno attraverso il design ed elementi "di transizione" diventando così *not just kitchen*, ovvero dilatando la propria "missione" per arredare anche living e realizzare il sogno di unicum fluido. Sistemi cucina flessibili, dunque, che si completano con finiture eleganti, boiserie, vetrinette, contenitori multifunzione ed anche tavoli e sedie diventando programmi d'arredo globali.

FEBAL CASA

Tonalità naturali e design in sintonia per lo spazio arredato da [Febal Casa](#), che **abbina il modello Origina agli arredi per della Collezione Giorno soggiorno**. Plus di stile, **il frontale 3D dell'isola definito dalle ante Libeskind022 in Metal Viva Champagne dell'isola, firmate dall'archistar Daniel Libeskind**. **Fianchi e top sono in grès Travertino come quelle del blocco di basi a parete, con boiserie verticale** che enfatizza l'architettura dello spazio. **L'armadiatura in Rovere Europeo è attrezzata con due doppie colonne per cantina e forni**. L'arredo si completa col **tavolo Leeds - con piano in Supermarmo Etoile Gold Lucido - e le sedie Nina**; nel living, **divano Navigli e parete-libreria Trenta con anta Scenario Calacatta Capraia**.







[L'edificio di Miami \(USA\) che ospiterà il nuovo flagship store Febal Casa](#)

Debutto retail in Usa per Febal Casa: obiettivo 20 store entro il 2029

Febal Casa, marchio di punta del **Gruppo Colombini** che opera nel settore dell'arredamento con 217 negozi monomarca sul territorio nazionale e internazionale, ha annunciato le sue prime aperture retail negli Stati Uniti che avverranno tutte entro la fine del 2024. Il primo flagship store Febal Casa a stelle e strisce verrà inaugurato a **Miami**, in Florida, il 21 novembre 2024 e sarà ubicato al 5700 di Biscayne Blvd, all'interno del nuovo edificio The Boulevard, a soli cinque minuti dal Miami Design District. Il negozio sarà sviluppato su 600 mq a cui si affiancheranno altri 200 mq dedicati a **Bontempi**, altro brand del Gruppo Colombini.

“La nostra realtà – ha spiegato **Emanuel Colombini**, Presidente del Gruppo Colombini – è presente negli Usa, con Febal Casa e Bontempi, già da qualche anno. In particolare Febal Casa ha inaugurato un paio di anni fa una filiale commerciale ed era già attiva nel territorio nel settore contract e ora debutta anche con il retail. Si tratta di un tassello importante che ci mancava per consolidare una presenza fisica del gruppo sul territorio. Negozi a gestione diretta per presidiare tutto il Nord America, il Canada e l'America Latina dove vogliamo crescere ed espanderci ulteriormente grazie a investimenti mirati sul brand, che ci piace definire come “high end del total look della casa”, a collaborazioni strategiche con distributori locali e a un grande focus sul servizio ai clienti, garantito dalla presenza sul territorio di un team dedicato”.

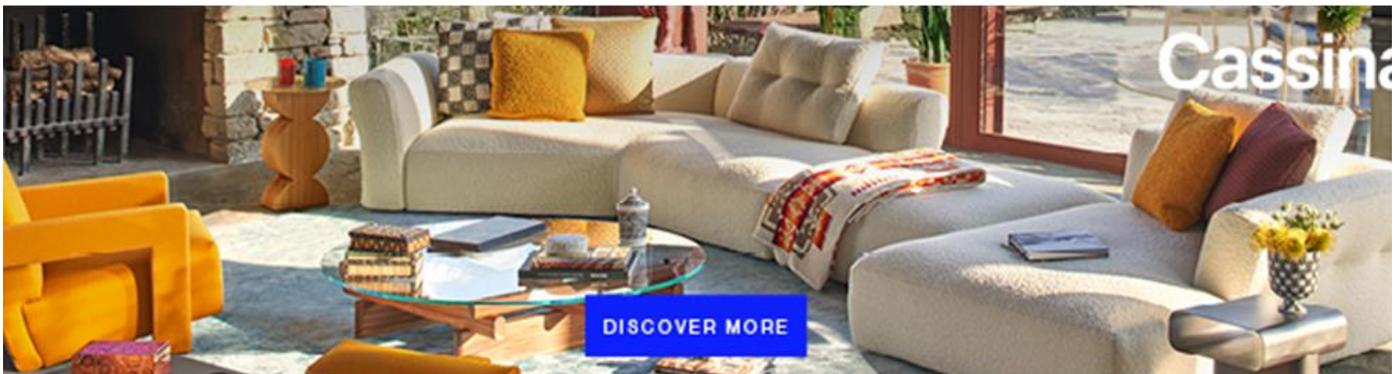
Lo store di Miami è il primo di una serie di aperture programmate, che includono anche l'inaugurazione del punto vendita di **Scottsdale**, in Arizona (300 mq all'interno del District At The Airpark) il 23 novembre 2024 seguito poi, il 6 dicembre, dell'opening a **Orange County**, in California.

“Per i prossimi 4 anni l'obiettivo – ha continuato Colombini – è di inaugurare circa 15-20 nuovi negozi in Usa, in quelle città che riterremo in grado di interagire meglio con il design italiano. Lo stile made in Italy è sempre stato apprezzato dal mercato americano soprattutto in aree specifiche come la Costa

Est, la Florida e la California, ma stiamo assistendo a un'apertura in questo senso anche per alcune aree centrali che stanno evolvendo il loro gusto, storicamente legato al design classico, verso una direzione sempre più contemporanea e il nostro obiettivo è proprio di andare a presidiare anche queste nuove aree”.

Il presidente del gruppo fondato nel 1965 a San Marino ha poi concluso parlando di numeri: “Oggi il mercato americano pesa sui conti del Gruppo Colombini per circa un 2,5% sul fatturato che per il 2024 dovrebbe aggirarsi intorno ai 290 milioni di euro, sostanzialmente in linea con l'anno precedente. Quello che stiamo archiviando è stato un anno di consolidamento, il mercato europeo ha faticato anche se siamo cresciuti in Francia e Spagna mentre l'Italia ha registrato una tenuta dei risultati. Buone performance sono state, invece, registrate in Medio Oriente e Africa. L'obiettivo è quello di triplicare la percentuale in Usa nei prossimi anni”.

PAMBIANCO *daily* DESIGN



RE 2 MLD DI FATTURATO CON PRIME ADESIONI

derlegno, nasce il Consorzio zionale Sistema Arredo

getto di Consorzio EPR pensato e promosso da rlegnoArredo, insieme alle aziende dell'arredo, per occuparsi ne vita dei prodotti del settore, adesso è realtà. A presiederlo, dio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo, che insieme a Maria), presidente di Assarredo, e Roberto Pompa del consiglio di denza di Assarredo, compongono il Cda. Il Consorzio si è almente costituito con le prime 15 aziende aderenti che esentano un valore complessivo che supera i due miliardi di di fatturato.

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

Fair trade per la tutela della ceramica

"Sembra quasi anacronistico ribadire nel 2024 quanto sia importante il rispetto delle regole ma, in realtà, il tema si conferma più che mai caldo, soprattutto per alcuni comparti..."



PAMBIANCO DESIGN N.4/2024



IN QUESTO NUMERO

ANALISI
Aziende ceramica: me
ricavi, ma più investim

DOSSIER
Rivestimenti, si scomet
su tecnologia e materia

FOCUS
Fotovoltaico, in Italia
funziona meglio in rete

PROGETTO
Center for Arts & Innov
firmato Renzo Piano



EBIT A 64,5 MLN (+11,6%)

Nei 9 mesi Villeroy & Boch supera 1 mld di ricavi



STRATEGIA DI CONSOLIDAMENTO

Nemo Group acquisisce Fontana Arte e Driade



NUOVE SFIDE INTERNAZIONALI

BeNice Holding rileva la maggioranza di Valcucine



PARLA IL PRESIDENTE COLOMBINI

Debutto retail in Usa per Febal Casa: obiettivo 20 store entro il 2029



5 MLN PER LA LINEA GALVANICA

Cristina Rubinetteria investe in efficienza produttiva e sostenibilità



DIVISIONE MOTORI IN CRESCITA

Terzo trimestre di Elica in lieve calo. Giro d'affari a 104 milioni



Testata: L'Economia (Corriere della Sera)
Data: 11 novembre 2024

CORRIERE DELLA SERA

LUNEDÌ 11.11.2024

Imprese

37

MADE IN ITALY

L'Economia

GRUPPO COLOMBINI TRAMPOLINO USA PER CUCINE E ARREDO

L'azienda partita nel dopoguerra da San Marino fa rotta sull'America con un flagship a Miami. L'ad Vacchi: «Fino a 20 nuove aperture Febal Oltreoceano per il 2029, poi andremo alla conquista dei mercati canadese e sudamericano»

Migliora la redditività. Due acquisizioni in via di valutazione

di ENRICA RODDOLÒ

L'economia americana ha sempre funzionato e funzionerà sempre per le nostre cucine e sistemi di arredo: ecco perché apriamo un grande flagship store a Miami», spiega a L'Espresso Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del gruppo Colombini tra i leader in Italia nell'arredamento con i marchi Colombini Casa, Febal Casa, Boncomp Casa, Ingotta, Offic'e e Colombini Group Contract. Il presidente del gruppo (fondato nel 1966, Emanuel Colombini) è infatti cresciuto che

gship ha una superficie di due metri quadrati al 5.700 di Boscare Bonferrari nel nuovo edificio The Bonferrari, vicino al Miami Design District. Mentre a Scottsdale sono 300 metri quadrati, nel District At The Airport.

È lungo quali altre rotte globali intende crescere il gruppo?

«Oggi in Italia contiamo 810 negozi Febal Casa e 220 nel mondo con l'obiettivo di arrivare a 250. E nell'espansione globale ci interessa in modo particolare crescere ancora in Francia, Spagna e Svizzera su grandi mercati Paesi vicini. Poi in Medio Oriente dove dopo le aperture in Arabia



● L'Identikit

Nato a San Marino nel 1966, il gruppo oggi vanta su una superficie produttiva di circa 275 mila metri quadrati, con oltre 1.300 collaboratori e una rete distributiva di oltre 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in vari Paesi mondo. Tanti i brand di arredamento, da Colombini a Febal Casa, passando per Boncomp



Vertici Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del gruppo Colombini fondato nel 1966 a San Marino, e il presidente Emanuel Colombini. Solo dallo scorso il gruppo ha investito 15 milioni in stabilimenti, retail e uso dell'En

Sauditi, a Dubai, e in Oman adesso siamo pronti a inaugurare un nuovo flagship anche in Kuwait e poi a guardare anche al Bahrein. Un'operazione in Middle East sarà anche trattata dai grandi progetti di real estate in base al decollo funzionale alla nostra unità contract.

Piani sulla Cina e l'Asia?

«In questo momento non ci interessa molto la Cina perché vogliamo stare alla finestra e vedere come si risolleverà la crisi del real estate. Ma questo non vuol dire non ci interessa l'area Apac, dunque il resto dell'Asia». Il gruppo guidato dal Presidente

Emanuel Colombini, oggi lavora su una superficie produttiva di circa 275 mila metri quadrati, con oltre 1.300 collaboratori e una rete distributiva di oltre 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in vari Paesi mondo. Partito da San Marino nel dopoguerra, ha continuato a investire per aggiornarsi. Quali gli ultimi investimenti?

«Solo lo scorso anno abbiamo investito 15 milioni per ampliare la capacità di produzione, sviluppare la rete retail in Italia e a livello internazionale, ma anche per applicare le nuove soluzioni di Intelligenza artificiale. Un

«Il calendario delle inaugurazioni prosegue con Scottsdale in Arizona e la California. Poi uno shop in Kuwait»

le «cucine capaci di adattarsi velocemente e di innovare, non solo emarginato con successo, ma diventando punti di riferimento anche in un contesto sfidato come quello attuale del mercato americano. La nostra strategia si basa infatti sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un offerta squallinata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Insomma Febal Casa è pronta a conquistare nuove e significative quote di mercato».

Il gruppo è interessato a fare grandi piani a stelle e strisce, dottor Vacchi. Quali è il business plan?

«L'apertura del flagship store Febal Casa in Florida è prevista per il 21 novembre e la presenza a Miami ci consentirà di avere un vero e proprio hub negli Stati Uniti funzionali a sviluppare anche i mercati canadese e sudamericano. Solo la prima di una serie di aperture programmate che includono anche l'inaugurazione ufficiale del punto vendita di Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre. Il gruppo ha infatti un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città americane, con l'obiettivo di conquistare circa 20 nuove aperture entro il 2029. Con un'ulteriore integrazione a dicembre nell'Orange County, in California. Perché il mercato Usa resta il più importante e dinamico per brand che vogliono intraprendere un percorso globale. L'obiettivo è il match alla prova, ma negli stabilimenti. Qui ci posizioniamo nella fascia alta delle cucine e dell'arredo, ma con un vantaggio di prezzo sui brand del lusso, a Miami e Fla-



LA BOLLETTA È SEMPRE UNA SORPRESA? NON CAMBIARE ABITUDINI, LA RICETTA È

LUCE12
RATA FISSA

L'energia che consumi in 12 mesi la paghi in 12 rate tutte uguali

Scopri l'offerta nei nostri Energy Point o su www.dolomitienergia.it

Offerta a consumo soggetta ad adeguamenti e conguaglio finale



Energia 100% da fonti rinnovabili certificate. Per maggiori informazioni visita dolomitienergia.it/energia-pa12

SEGUICI SU: www.dolomitienergia.it

Ricavi a 290 milioni, in line con il 2023. Ma il margine lordo (ebitda) è in crescita del 13 per cento

percorso appena agli inizi: studiare come utilizzarla anche per lo sviluppo del prodotto, del marketing strategico fino al customer service».

A proposito di numeri, i consumi in Italia caleranno, dal lusso all'arredamento. Come contate di chiudere l'anno?

«Il mercato 2024 è molto diverso da quello degli ultimi anni, una tendenza in cui non ho l'istinto. Ma guarda un grande lavoro di efficientamento della produzione proprio anche con l'impiego di Intelligenza artificiale che ha dato i suoi frutti, siamo ottimisti. Il bilancio: chiuderemo in linea con il 2023 il 290 milioni ma con miglior redditività, un ebitda in crescita del 13 per cento».

Ormai coprite a 360 gradi tutte le esigenze di arredamento, con Febal Casa che commercializza programmi completi per tutta la casa, dalle soluzioni cucina a proposte living e notte, sotto il brand, più gli altri marchi del gruppo. Il 2025 porterà nuove acquisizioni per completare l'offerta?

«Il figlio è costretto a considerare un settore per specialità, anche se nel 2024, partendo da una valutazione una o due acquisizioni che potranno concretizzarsi già nel 2025. L'idea è sempre quella di fare da aggregatore di altre realtà di famiglia come abbiamo fatto in questi anni, aggregando per esempio l'offerta di Colombini. Il gruppo è solido, senza indebitamento e crediamo di poter offrire la nostra esperienza per affrontare grandi mercati».

CONTRIBUTI REDDITI



Testata: L'Economia (Corriere della Sera)

Data: 11 novembre 2024

GRUPPO COLOMBINI TRAMPOLINO USA PER CUCINE E ARREDO

L'azienda partita nel dopoguerra da San Marino fa rotta sull'America con un flagship a Miami. L'ad Vacchi: «Fino a 20 nuove aperture Febal Oltreoceano per il 2029, poi andremo alla conquista dei mercati canadese e sudamericano»

Migliora la redditività. Due acquisizioni in via di valutazione

di ENRICA RODDOLO

L'economia americana ha sempre funzionato e funzionerà sempre per le nostre cucine e sistemi di arredo: ecco perché apriamo un grande flagship store a Miami», spiega a *L'Economia* Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del gruppo Colombini tra i leader in Italia nell'arredamento con i marchi Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Ingenia, Offic'è e Colombini Group Contract. Il presidente del gruppo fondato nel 1965, Emanuel Colombini è infatti convinto che le «aziende capaci di adattarsi velocemente e di innovare, non solo emergeranno con successo, ma diventeranno punti di riferimento anche in un contesto sfidante come quello attuale del mercato americano. La nostra strategia si basa infatti sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un'offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Insomma Febal Casa è pronta a conquistare nuove e significative quote di mercato».

Il gruppo è insomma pronto a fare grandi piani a stelle e strisce, dottor Vacchi. Qual è il business plan?

«L'apertura del flagship store Febal Casa in Florida è prevista per il 21 novembre e la presenza a Miami ci consentirà di avere un vero e proprio hub negli Stati Uniti funzionale a sviluppare anche i mercati canadese e suda-

mericano. Solo la prima di una serie di aperture programmate che includono anche l'inaugurazione ufficiale del punto vendita di Scottsdale, in Arizona, il 23 novembre. Il gruppo ha infatti un ambizioso piano di sviluppo per il brand Febal Casa nelle principali città americane, con l'obiettivo di concretizzare circa 15-20 aperture entro il 2029. Con un'ulteriore inaugurazione a dicembre nell'Orange County, in California. Perché il mercato Usa resta il più importante e dinamico per brand che vogliono intraprendere un percorso globale. È esigente e ti mette alla prova, ma regala soddisfazioni. Qui ci posizioniamo nella fascia alta delle cucine e dell'arredo, ma con un vantaggio di prezzo sui brand del lusso. A Miami il fla-

gship ha una superficie di 600 metri quadrati al 5.700 di Biscayne Boulevard nel nuovo edificio The Boulevard, vicino al Miami Design District. Mentre a Scottsdale sono 300 metri quadri, nel District At The Airpark».

E lungo quali altre rotte globali intende crescere il gruppo?

«Oggi in Italia contiamo 180 negozi Febal Casa e 220 nel mondo con l'obiettivo di arrivare a 250. E nell'espansione globale ci interessa in modo particolare crescere ancora in Francia, Spagna e Svizzera se guardiamo ai Paesi vicini. Poi in Medio Oriente dove dopo le aperture in Arabia Saudita, a Dubai, e in Oman adesso siamo pronti a inaugurare un nuovo

flagship anche in Kuwait e poi a guardare anche al Bahrein. L'espansione in Middle East sarà anche trainata dai grandi progetti di real estate in fase di decollo funzionali alla nostra unità contract».

Piani sulla Cina e l'Asia?

«In questo momento non ci interessa molto la Cina perché vogliamo stare alla finestra e vedere come si risolleverà la crisi del real estate. Ma questo non vuol dire non ci interessi l'area Apac, dunque il resto dell'Asia».

Il gruppo guidato dal Presidente Emanuel Colombini, oggi lavora su una superficie produttiva di circa 275 mila metri quadri, con oltre 1.300 collaboratori e una rete distributiva di oltre 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in vari Paesi mondo. Partito da San Marino nel dopoguerra, ha continuato a investire per aggiornarsi. Quali gli ultimi investimenti?

«Solo lo scorso anno abbiamo investito 15 milioni per ampliare la capacità di produzione, sviluppare la rete retail in Italia e a livello internazionale, ma anche per applicare le nuove soluzioni di Intelligenza artificiale. Un percorso appena agli inizi: studiamo come utilizzarla anche per lo sviluppo del prodotto, dal marketing strategico fino al customer service».

A proposito di numeri, i consumi in Italia rallentano, dal lusso all'arredamento. Come contate di chiudere l'anno?

«Il mercato 2024 è molto diverso da



Testata: L'Economia (Corriere della Sera)

Data: 11 novembre 2024

quello degli ultimi anni, una tendenza in calo a livello italiano. Ma grazie a un grande lavoro di efficientamento della produzione proprio anche con l'impiego di intelligenza artificiale che ha dato i suoi frutti, siamo ottimisti. Risultato: chiuderemo in linea con il 2023 a 290 milioni ma con miglior redditività, un ebitda in crescita del 13 per cento».

Ormai coprite a 360 gradi tutte le

esigenze di arredamento, con Febal Casa che commercializza programmi completi per tutta la casa, dalle soluzioni cucina a proposte living e notte, salvo il bagno, più gli altri marchi del gruppo. Il 2025 porterà nuove acquisizioni per completare l'offerta?

«Il bagno continuiamo a considerarlo un settore per specialisti, anche se mai dire mai...piuttosto stiamo valu-

tando una o due acquisizioni che potremmo concretizzare già nel 2025. L'idea è sempre quella di fare da aggregatori di altre realtà di famiglia come abbiamo fatto in questi anni, aggregando per esempio l'offerta di Colombini. Il gruppo è solido, senza indebitamento e crediamo di poter offrire la nostra esperienza per affrontare grandi mercati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



● L'identikit

Nato a San Marino nel 1965, il gruppo oggi lavora su una superficie produttiva di circa 275 mila metri quadri, con oltre 1.300 collaboratori e una rete distributiva di oltre 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in vari Paesi mondo. Tanti i brand di arredamento, da Colombini a Febal Casa, passando per Bontempi

Ricavi a 290 milioni, in linea con il 2023. Ma il margine lordo (ebitda) è in crescita del 13 per cento

«Il calendario delle inaugurazioni prosegue con Scottsdale in Arizona e la California. Poi uno shop in Kuwait»



Vertici Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato del gruppo Colombini fondato nel 1965 a san Marino, e il presidente Emanuel Colombini. Solo l'anno scorso il gruppo ha investito 15 milioni tra stabilimenti, retail e uso dell'AI

Febal Casa debutta negli States

Grand opening del primo Flagship Store a Miami, in Florida e del monomarca Febal Casa a Scottsdale, in Arizona

Prevista per il 21 novembre 2024, l'apertura del flagship store Febal Casa a Miami, Florida (superficie di 600 mq, al 5700 Biscayne Blvd, unit 106, nel nuovo edificio The Boulevard, a soli cinque minuti dal Miami Design District) rappresenta uno step determinante nel piano di espansione globale del Gruppo Colombini, segnando un investimento strategico per la penetrazione in uno dei mercati più dinamici e competitivi a livello globale. Il flagship è il primo di una serie di aperture programmate, che includono l'inaugurazione ufficiale del punto vendita di Scottsdale, in Arizona (superficie di 300 mq, al 7550 E Greenway Rd #115, all'interno del District At The Airpark) due giorni dopo, il 23 novembre 2024. Il Gruppo ha un ambizioso piano di sviluppo per il brand nelle principali città americane, con l'obiettivo di raggiungere circa 15/20 aperture entro il 2029. Il prossimo opening è previsto il 6 dicembre a Orange County, in California.



Gli spazi espositivi sono progettati per valorizzare lo stile Febal Casa, presentando composizioni che riflettono il design italiano e i valori del brand attraverso ambientazioni di grande impatto visivo ed emotivo.

Una tappa fondamentale

“Il debutto di Febal Casa negli Stati Uniti è per noi una tappa fondamentale”, sottolinea Emanuel Colombini, presidente Colombini Group, “un tassello che va a completare la presenza in un mercato di grande potenziale. Il Gruppo inaugura il primo flagship store Febal Casa a Miami, consolidando la filiale commerciale per servire non solo Nord America, ma anche Canada e America Latina. L'apertura rappresenta un momento significativo per il brand, offrendo al pubblico proposte per ogni ambiente della casa, che include cucine, living, dining e notte. Questo debutto nel retail, insieme a una crescente attività nel contract, è parte di una strategia mirata che prevede l'apertura di numerosi store nei prossimi anni, in città strategiche, ricettive al design italiano, soprattutto lungo le coste e in aree emergenti dove il gusto si sta evolvendo verso uno stile più contemporaneo. Crediamo molto nel ‘sogno americano’ e nel potenziale di questo mercato per il made in Italy. Attualmente, l'America rappresenta circa il 2,5% del fatturato del Gruppo, ma il nostro obiettivo è triplicare la presenza”.



Il nuovo edificio The Boulevard, a soli cinque minuti dal Miami Design District, accoglie il flagship store Febal Casa a Miami, Florida (superficie di 600 mq, al 5700 Biscayne Blvd, unit 106).

Promuovere l'abitare contemporaneo

Gli spazi espositivi sono progettati per valorizzare lo stile Febal Casa, presentando composizioni che riflettono il design italiano e i valori del brand attraverso ambientazioni di grande impatto visivo ed emotivo. Il layout è concepito per rispecchiare il concetto di abitare contemporaneo, favorendo interazioni naturali tra gli ambienti e ponendo particolare attenzione all'innovazione dei materiali. In esposizione i prodotti più significativi delle collezioni, pensati per rispondere alle specifiche esigenze del mercato USA, puntando a una percezione di ricercata eleganza, oltre che un'esperienza di acquisto professionale e personalizzata.

Una presenza forte e un'offerta equilibrata

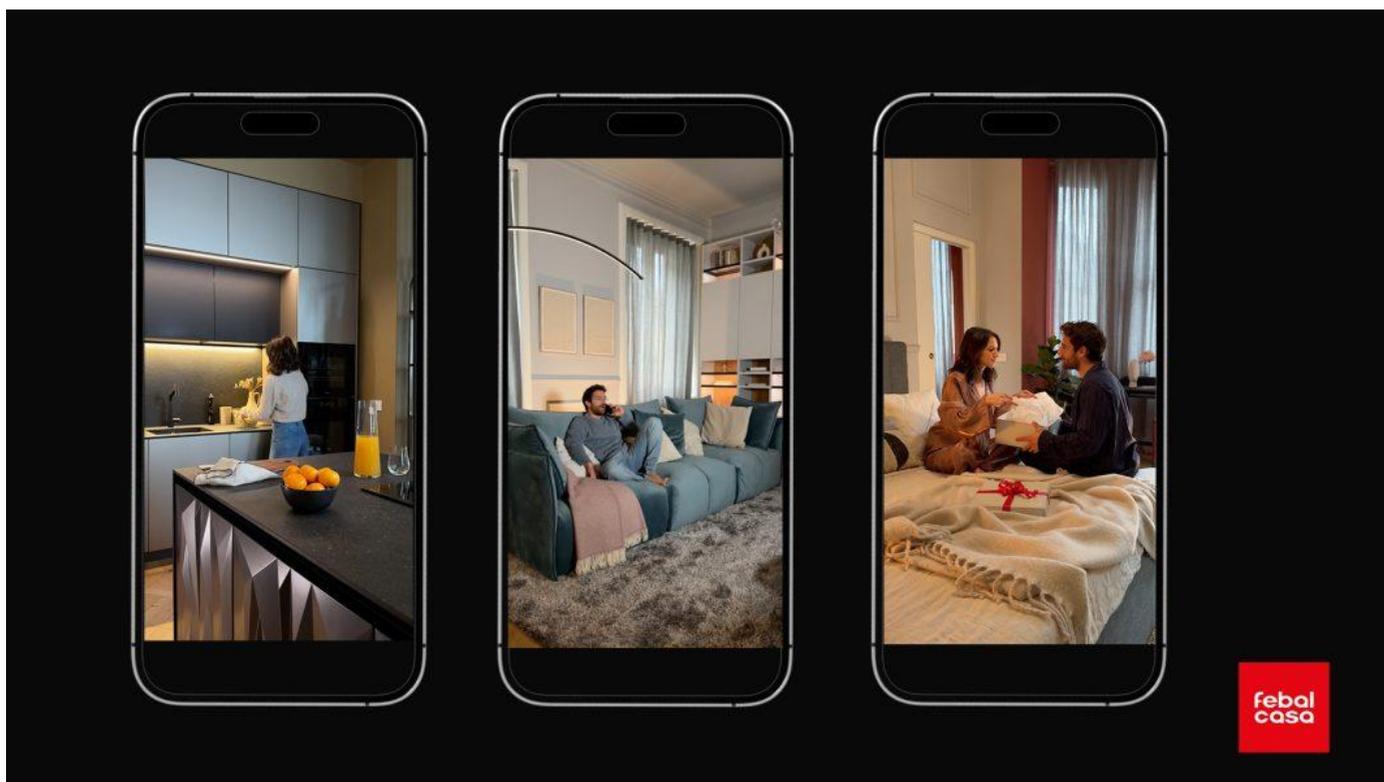
“Siamo convinti che le aziende capaci di adattarsi velocemente e di innovare, non solo emergeranno con successo, ma diventeranno punti di riferimento anche in un contesto sfidante come quello attuale del mercato americano. La nostra strategia si basa sulla costruzione di una presenza forte e distintiva, accompagnata da un'offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Crediamo fermamente che realtà solide e orientate alla qualità, come Febal Casa, siano pronte non solo a rispondere alle esigenze del consumatore moderno, ma anche a conquistare nuove e significative quote di mercato”, prosegue Colombini.



Il layout è concepito per rispecchiare il concetto di abitare contemporaneo, favorendo interazioni naturali tra gli ambienti e ponendo particolare attenzione all'innovazione dei materiali.

Area experience e servizi di consulenza

Il concept degli store prevede la presenza di un'area experience, uno spazio esclusivo dove il cliente può usufruire di un servizio di consulenza di qualità, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte di arredo. I due punti vendita Febal Casa di Miami e Scottsdale ospiteranno eventi di apertura esclusivi. Occasioni per un'esperienza immersiva, con dimostrazioni di cucina dal vivo, dj set coinvolgenti e l'opportunità di interagire con un selezionato parterre di architetti, interior designer, influencer, developers e media. Un'occasione unica per scoprire il design e l'innovazione che rendono Febal Casa sinonimo di qualità e stile.



Alcune immagini della seconda web serie del brand Febal Casa

Febal Casa, arriva la seconda stagione della web serie

Debutta l'11 novembre la seconda stagione della web serie di Febal Casa ideata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori che si potrà vedere sui canali social del brand

Dopo il successo della **prima stagione**, ritorna l'11 novembre la **web serie di Febal Casa**, firmata dall'agenzia creativa **Gibbo&Lori**, con nuovi episodi inediti e momenti imperdibili. I **protagonisti Joseph e Serena** tornano dunque a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa.

Quest'anno la coppia propone situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo **Grande Fratello**, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. Joseph e Serena esploreranno i **diversi ambienti della casa**, dalla cucina al living, alla zona notte rivelando, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive.

COLOMBINIGROUP
CONTRACTHOUSING &
HOSPITALITY
DIVISION

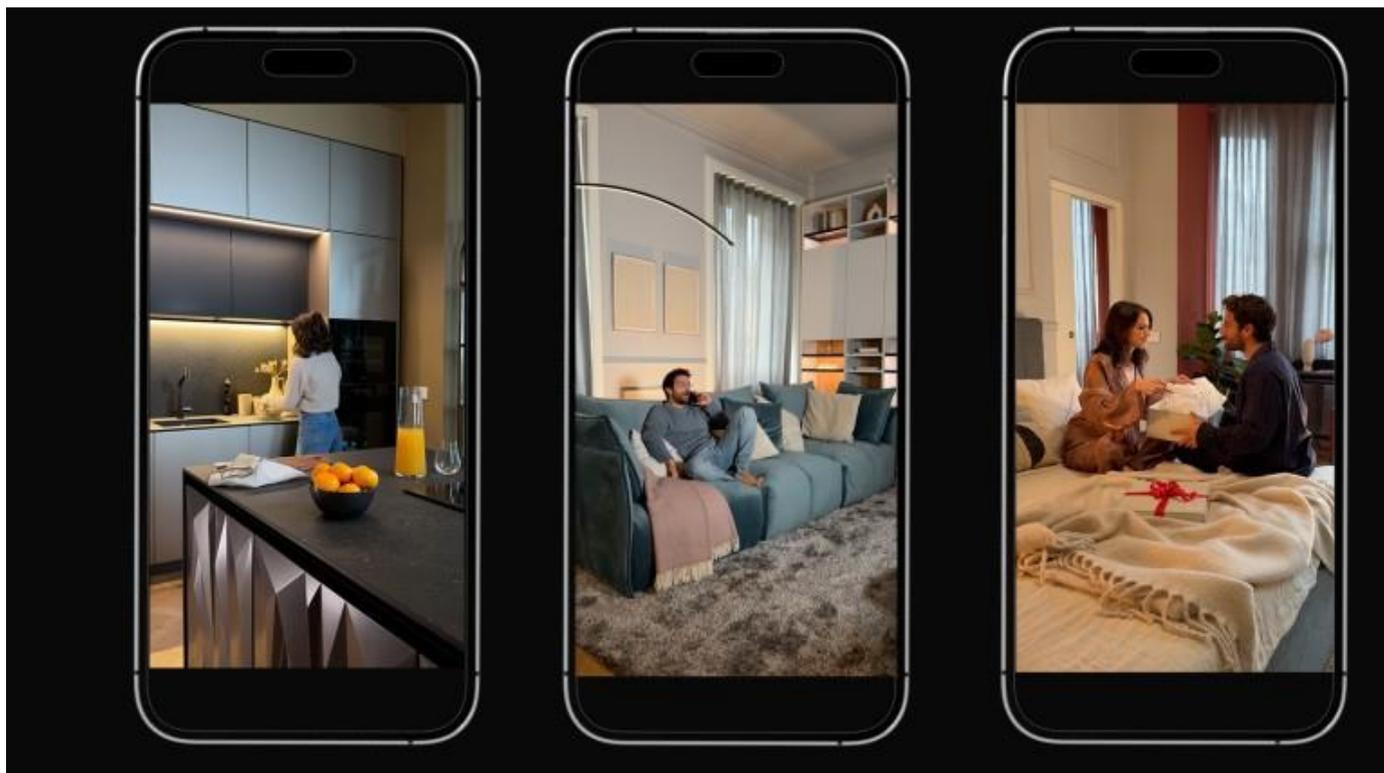
La Housing & Hospitality Division di Gruppo Colombini è una delle location della web serie

La serie, girata negli appartamenti della **Housing & Hospitality Division** del **Gruppo Colombini** e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand. Gibbo&Lori tornano a guidare la produzione con il loro approccio inconfondibile, fatto di sceneggiature frizzanti e attenzione ai dettagli. La sinergia tra i due creativi e Febal Casa è tangibile, offrendo al pubblico un'esperienza unica di brand entertainment.

Con questa web serie, Febal Casa non si limita a **mostrare i propri arredi, ma li fa vivere**, li anima attraverso la quotidianità dei protagonisti, dimostrando come gli arredi del brand sappiano adattarsi alle esigenze reali e ai momenti più spontanei della vita. Joseph e Serena rappresentano il "**vicino della porta accanto**", in cui ognuno può identificarsi, e trasmettono alla perfezione i valori Febal Casa: design, calore e versatilità.

Torna la webserie di Febal Casa

Firmati da Gibbo&Lori i diversi episodi saranno visibile Tv e sui canali social del brand.



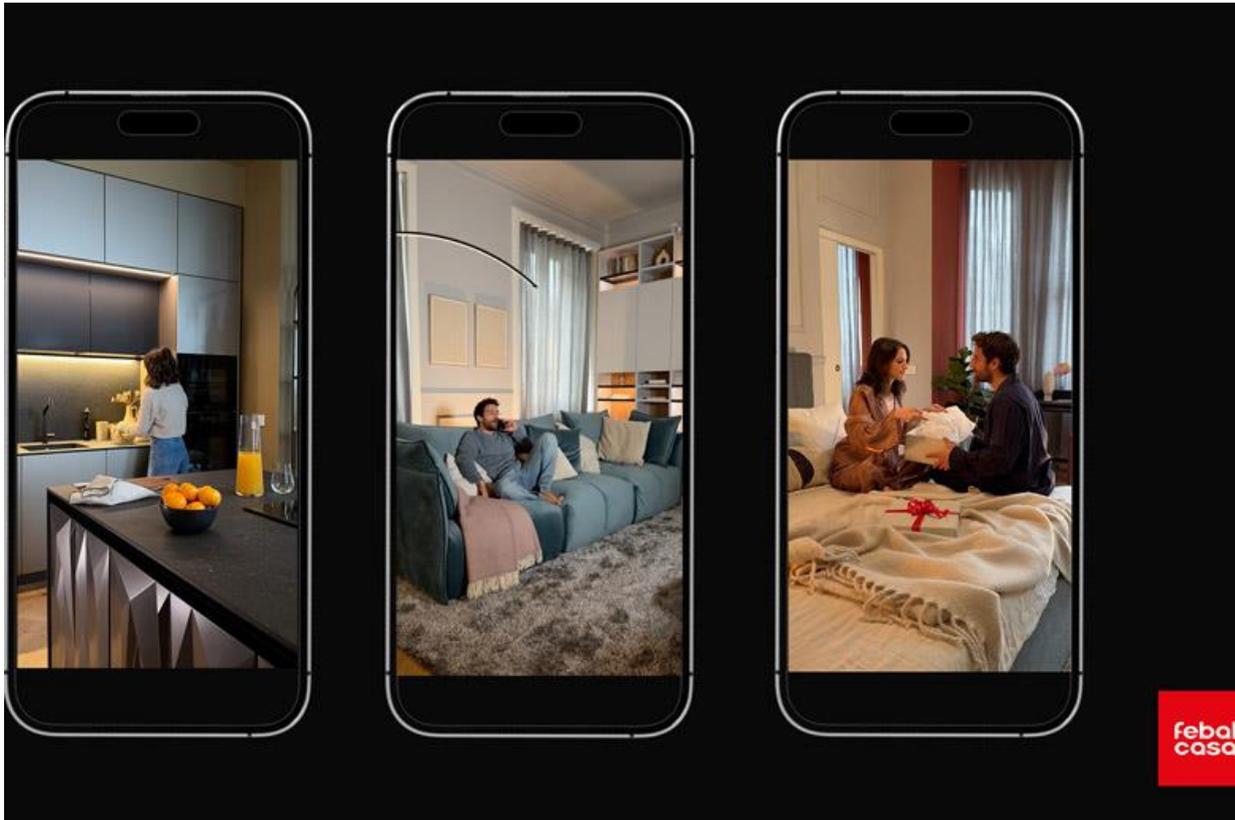
Febal Casa riaccende i riflettori sulla sua fortunata web serie, ideata dall'agenzia creativa **Gibbo&Lori**. Dopo il successo della prima stagione torna da oggi, 11 novembre, con una nuova serie ricca di episodi inediti e momenti imperdibili.

Joseph e Serena tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa.

Quest'anno, la grande novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo Grande Fratello, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. Joseph e Serena esploreranno i diversi ambienti della casa, dalla cucina al living, alla zona notte rivelando, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive.

Con episodi che toccheranno i diversi momenti speciali dell'anno, la serie accompagnerà gli spettatori fino al 2025. Con questa web serie, Febal Casa non si limita a mostrare i propri arredi, ma li fa vivere, li anima attraverso la quotidianità dei protagonisti, dimostrando come gli arredi del brand sappiano adattarsi alle esigenze reali e ai momenti più spontanei della vita. Joseph e Serena rappresentano il "vicino della porta accanto", in cui ognuno può identificarsi, e trasmettono alla perfezione i valori Febal Casa: design, calore e versatilità. La serie, girata negli appartamenti della Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand.

Web serie di Febal Casa: seconda stagione piena di novità



Febal Casa, uno dei marchi di riferimento nel mondo dell'arredamento per interni in Italia e all'estero, riaccende i riflettori sulla sua fortunata web serie, ideata dall'agenzia creativa **Gibbo&Lori**. Dopo il successo della prima stagione torna da oggi, 11 novembre, con una nuova serie ricca di episodi inediti e momenti imperdibili.

Dopo aver conquistato il pubblico, i protagonisti Joseph e Serena tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa.

Quest'anno, la grande novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo Grande Fratello, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. Joseph e Serena esploreranno i diversi ambienti della casa, dalla cucina al living, alla zona notte rivelando, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive.

Con episodi che toccheranno i diversi momenti speciali dell'anno, la serie accompagnerà gli spettatori fino al 2025, rafforzando il legame tra il brand e la sua community di follower. E tra una risata e l'altra, sarà impossibile non desiderare una casa come quella di Joseph e Serena.

Gibbo&Lori, menti creative dietro il successo della prima stagione, tornano a guidare la produzione con il loro approccio inconfondibile, fatto di sceneggiature frizzanti e attenzione ai dettagli. La sinergia tra i due creativi e Febal Casa è tangibile, offrendo al pubblico un'esperienza unica di brand entertainment.



Testata: Sanmarinofixing.com

Data: 11 novembre 2024

Con questa web serie, Febal Casa non si limita a mostrare i propri arredi, ma li fa vivere, li anima attraverso la quotidianità dei protagonisti, dimostrando come gli arredi del brand sappiano adattarsi alle esigenze reali e ai momenti più spontanei della vita. Joseph e Serena rappresentano il “vicino della porta accanto”, in cui ognuno può identificarsi, e trasmettono alla perfezione i valori Febal Casa: design, calore e versatilità.

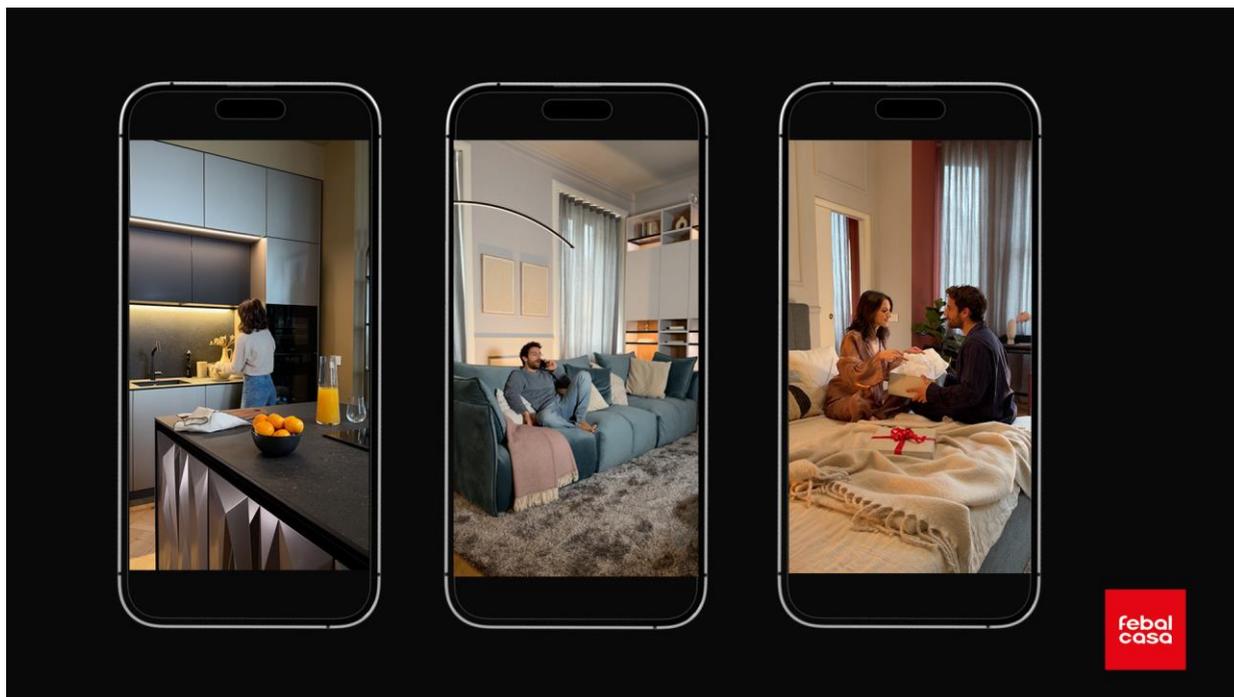
La serie, girata negli appartamenti della Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand.



Testata: Giornalesm.com

Data: 11 novembre 2024

San Marino. Torna la web serie di Febal Casa: una seconda stagione piena di novità e sorprese



San Marino, 11 novembre 2024 – **Febal Casa**, uno dei marchi di riferimento nel mondo dell'arredamento per interni in Italia e all'estero, riaccende i riflettori sulla sua fortunata web serie, ideata dall'agenzia creativa **Gibbo&Lori**. Dopo il successo della prima stagione torna da oggi, 11 novembre, con una nuova serie ricca di episodi inediti e momenti imperdibili.

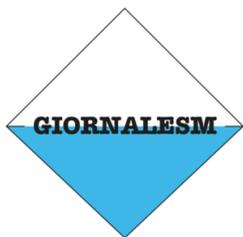
Dopo aver conquistato il pubblico, i protagonisti Joseph e Serena tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa.

Quest'anno, la grande novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo Grande Fratello, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. Joseph e Serena esploreranno i diversi ambienti della casa, dalla cucina al living, alla zona notte rivelando, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive.

Con episodi che toccheranno i diversi momenti speciali dell'anno, la serie accompagnerà gli spettatori fino al 2025, rafforzando il legame tra il brand e la sua community di follower. E tra una risata e l'altra, sarà impossibile non desiderare una casa come quella di Joseph e Serena.

Gibbo&Lori, menti creative dietro il successo della prima stagione, tornano a guidare la produzione con il loro approccio inconfondibile, fatto di sceneggiature frizzanti e attenzione ai dettagli. La sinergia tra i due creativi e Febal Casa è tangibile, offrendo al pubblico un'esperienza unica di brand entertainment.

Con questa web serie, Febal Casa non si limita a mostrare i propri arredi, ma li fa vivere, li anima attraverso la quotidianità dei protagonisti, dimostrando come gli arredi del brand sappiano adattarsi alle esigenze reali e ai momenti più spontanei della vita. Joseph e Serena rappresentano il "vicino della



Testata: Giornalesm.com

Data: 11 novembre 2024

porta accanto”, in cui ognuno può identificarsi, e trasmettono alla perfezione i valori Febal Casa: design, calore e versatilità.

La serie, girata negli appartamenti della Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand.

Torna la web serie di Febal casa: una seconda stagione piena di novità e sorprese

Febal Casa, uno dei marchi di riferimento nel mondo dell'arredamento per interni in Italia e all'estero, riaccende i riflettori sulla sua fortunata web serie, ideata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. Dopo il successo della prima stagione torna da oggi, 11 novembre, con una nuova serie ricca di episodi inediti e momenti imperdibili.

Dopo aver conquistato il pubblico, i protagonisti Joseph e Serena tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa.

Quest'anno, la grande novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo Grande Fratello, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. Joseph e Serena esploreranno i diversi ambienti della casa, dalla cucina al living, alla zona notte rivelando, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive.

Con episodi che toccheranno i diversi momenti speciali dell'anno, la serie accompagnerà gli spettatori fino al 2025, rafforzando il legame tra il brand e la sua community di follower. E tra una risata e l'altra, sarà impossibile non desiderare una casa come quella di Joseph e Serena. Gibbo&Lori, menti creative dietro il successo della prima stagione, tornano a guidare la produzione con il loro approccio inconfondibile, fatto di sceneggiature frizzanti e attenzione ai dettagli. La sinergia tra i due creativi e Febal Casa è tangibile, offrendo al pubblico un'esperienza unica di brand entertainment.

Con questa web serie, Febal Casa non si limita a mostrare i propri arredi, ma li fa vivere, li anima attraverso la quotidianità dei protagonisti, dimostrando come gli arredi del brand sappiano adattarsi alle esigenze reali e ai momenti più spontanei della vita. Joseph e Serena rappresentano il "vicino della porta accanto", in cui ognuno può identificarsi, e trasmettono alla perfezione i valori Febal Casa: design, calore e versatilità.

La serie, girata negli appartamenti della Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand.





Testata: Youmark.it

Data: 11 novembre 2024

Torna la web serie di Febal Casa firmata Gibbo&Lori. I protagonisti Joseph e Serena alla scoperta della casa del Grande Fratello



Febal Casa riaccende i riflettori sulla sua fortunata web serie, ideata dall'agenzia creativa **GIBBO&LORI**. Dopo il successo della prima stagione torna da oggi, 11 novembre, con una nuova serie ricca di episodi inediti e momenti imperdibili. I protagonisti **Joseph e Serena** tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa.

La partnership con Grande Fratello

Quest'anno, la grande novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo Grande Fratello, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. Joseph e Serena esploreranno i diversi ambienti della casa, dalla cucina al living, alla zona notte rivelando, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive.

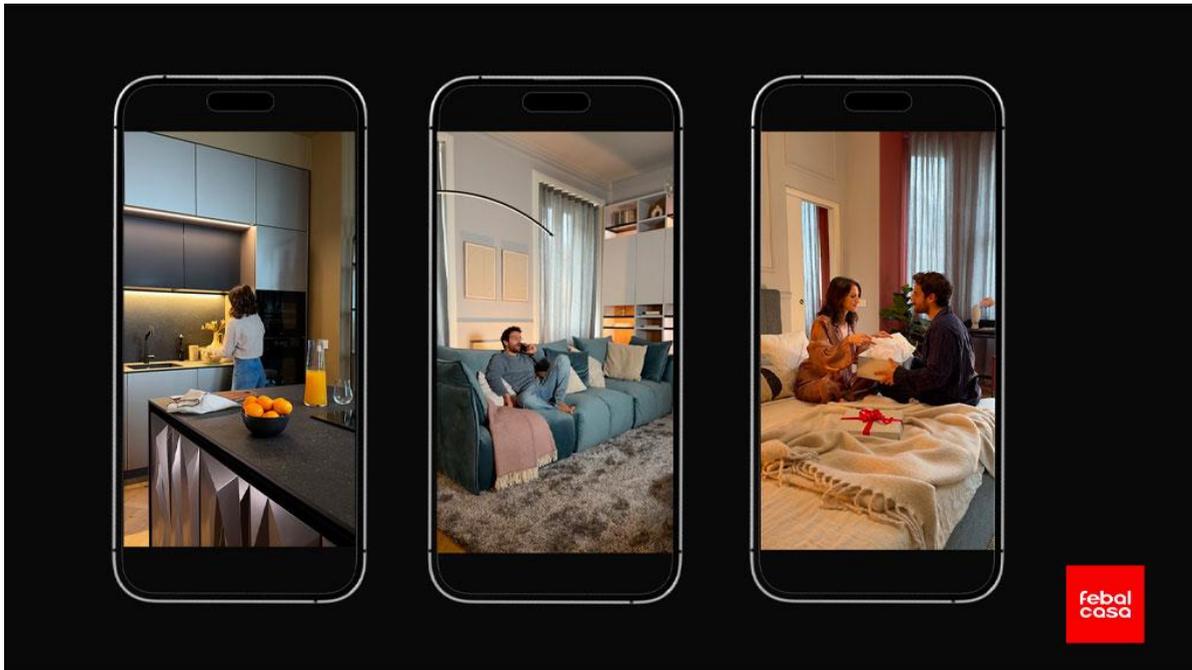
Con episodi che toccheranno i diversi momenti speciali dell'anno, la serie accompagnerà gli spettatori fino al 2025, rafforzando il legame tra il brand e la sua community di follower.

La produzione di Gibbo&Lori

Gibbo&Lori, menti creative dietro il successo della prima stagione, tornano a guidare la produzione con il loro approccio inconfondibile, fatto di sceneggiature frizzanti e attenzione ai dettagli. La sinergia tra i due creativi e Febal Casa è tangibile, offrendo al pubblico un'esperienza unica di brand entertainment.

La serie, girata negli appartamenti della Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand.

TORNA LA WEB SERIE DI FEBAL CASA: UNA SECONDA STAGIONE PIENA DI NOVITÀ E SORPRESE



Febal Casa, uno dei marchi di riferimento nel mondo dell'arredamento per interni in Italia e all'estero, riaccende i riflettori sulla sua fortunata web serie, ideata dall'agenzia creativa **Gibbo&Lori**. Dopo il successo della prima stagione torna da oggi, 11 novembre, con una nuova serie ricca di episodi inediti e momenti imperdibili.

Dopo aver conquistato il pubblico, i protagonisti Joseph e Serena tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa.

Quest'anno, la grande novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo Grande Fratello, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. Joseph e Serena esploreranno i diversi ambienti della casa, dalla cucina al living, alla zona notte rivelando, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive.

Con episodi che toccheranno i diversi momenti speciali dell'anno, la serie accompagnerà gli spettatori fino al 2025, rafforzando il legame tra il brand e la sua community di follower. E tra una risata e l'altra, sarà impossibile non desiderare una casa come quella di Joseph e Serena.

Gibbo&Lori, menti creative dietro il successo della prima stagione, tornano a guidare la produzione con il loro approccio inconfondibile, fatto di sceneggiature frizzanti e attenzione ai dettagli. La sinergia tra i due creativi e Febal Casa è tangibile, offrendo al pubblico un'esperienza unica di brand entertainment.

Con questa web serie, Febal Casa non si limita a mostrare i propri arredi, ma li fa vivere, li anima attraverso la quotidianità dei protagonisti, dimostrando come gli arredi del brand sappiano adattarsi alle esigenze reali e ai momenti più spontanei della vita. Joseph e Serena rappresentano il "vicino della



Testata: [Mediakey.it](https://www.mediakey.it)

Data: 11 novembre 2024

porta accanto”, in cui ognuno può identificarsi, e trasmettono alla perfezione i valori Febal Casa: design, calore e versatilità.

La serie, girata negli appartamenti della Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand.



Testata: Daily Net
Data: 12 novembre 2024

Campagne Torna la web serie di Febal Casa visibile sui canali social del brand

Febal Casa, uno dei marchi di riferimento nel mondo dell'arredamento per interni in Italia e all'estero, riaccende i riflettori sul-

la sua fortunata web serie, ideata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. Dopo il successo della prima stagione torna dall'11 novembre,

con una nuova serie ricca di episodi inediti e momenti imperdibili. Dopo aver conquistato il pubblico, i protagonisti Joseph e Serena tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa. Quest'anno, la grande novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo Grande Fratello, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. Joseph e Serena esploreranno i diversi am-

bienti della casa, dalla cucina al living, alla zona notte e riveleranno, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive. Con episodi che toccheranno i diversi momenti speciali dell'anno, la serie accompagnerà gli spettatori fino al 2025, rafforzando il legame tra il brand e la sua community di follower. E tra una risata e l'altra, sarà impossibile non desiderare una casa come quella di Joseph e Serena. Gibbo&Lori, menti creative dietro il successo della prima stagione, tornano a guidare la produzione con il loro approccio inconfondibile, fatto di sceneggiature frizzanti e attenzione ai dettagli.





Testata: Pubbli.comnow!
Data: 12 novembre 2024

CAMPAGNE

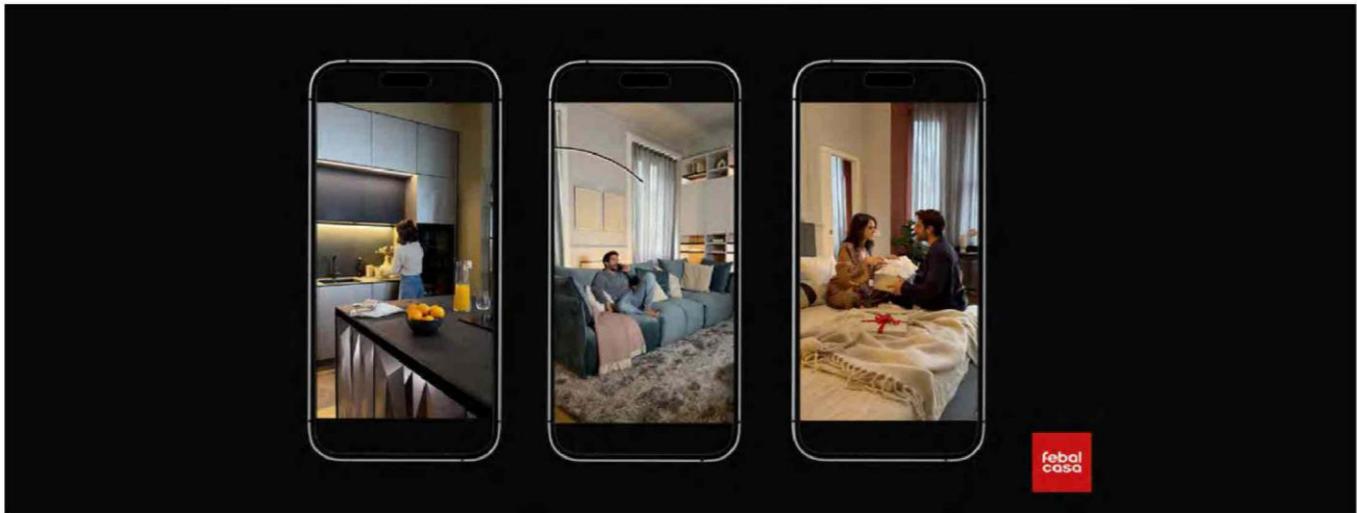
Gibbo&Lori firma la seconda stagione della web serie di Febal Casa

Tra i marchi di riferimento nel mondo dell'arredamento per interni in Italia e all'estero, Febal Casa riaccende i riflettori sulla sua web serie, ideata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori, che torna dall'11 novembre

con episodi inediti e momenti imperdibili. Dopo aver conquistato il pubblico, i protagonisti Joseph e Serena tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori all'interno di

ambienti firmati Febal Casa. Quest'anno, la novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo Grande Fratello, di cui Febal Casa è partner

per l'edizione 2024. La serie accompagnerà gli spettatori fino al 2025, rafforzando il legame tra il brand e la sua community di follower. La serie, girata negli appartamenti della Housing & Hospitality Division del gruppo Colombini e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand.





Testata: Touchpoint Today
Data: 12 novembre 2024

IDEATA DALL'AGENZIA CREATIVA GIBBO&LORI

IN ARRIVO LA SECONDA STAGIONE DELLA WEB SERIE DI FEBAL CASA

Febal Casa, uno dei marchi di riferimento nel mondo dell'arredamento per interni in Italia e all'estero, riaccende i riflettori sulla sua web serie, ideata dall'agenzia creativa **Gibbo&Lori**.

Dopo aver conquistato il pubblico, i protagonisti Joseph e Serena tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa. Quest'anno, la grande novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo *Grande Fratello*, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. Joseph e Serena esploreranno i diversi ambienti della casa, dalla cucina al living, fino alla zona notte, rivelando, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive. Con episodi che toccheranno i diversi momenti speciali

community di follower. Gibbo&Lori, menti creative dietro il successo della prima stagione, tornano a guidare la produzione con il loro approccio inconfondibile, fatto di sceneggiature frizzanti e attenzione ai dettagli. La sinergia tra i due creativi e Febal Casa è tangibile, offrendo al pubblico un'esperienza unica di brand entertainment. Con questa web serie, on air a partire da ieri, Febal Casa non si limita a mostrare i propri arredi, ma li fa vivere, li anima attraverso la quotidianità dei protagonisti, dimostrando come gli arredi del brand sappiano adattarsi alle esigenze reali e ai momenti più spontanei della vita. Joseph e Serena rappresentano il "vicino della porta accanto", in cui ognuno può identificarsi, e trasmettono

alla perfezione i valori Febal Casa: design, calore e versatilità. La serie, girata negli appartamenti della Housing & Hospitality Division del **Gruppo Colombini** e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand.

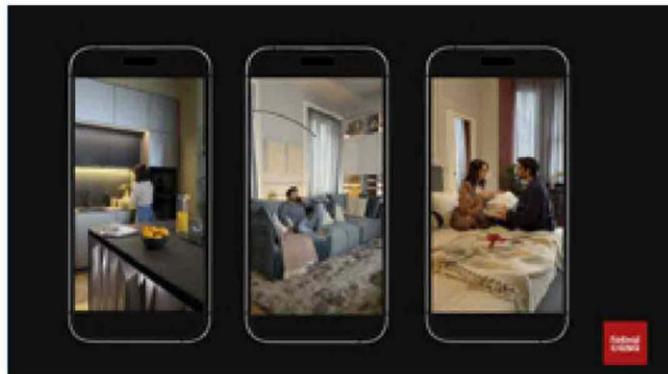




Testata: L'Informazione di San Marino
Data: 12 novembre 2024

Torna la web serie di Febal Casa: una seconda stagione piena di novità e sorprese

Febal Casa, uno dei marchi di riferimento nel mondo dell'arredamento per interni in Italia e all'estero, riaccende i riflettori sulla sua fortunata web serie, ideata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. Dopo il successo della prima stagione torna da oggi, 11 novembre, con una nuova serie ricca di episodi inediti e momenti imperdibili. Dopo aver conquistato il pubblico, i protagonisti Joseph e Serena tornano a raccontare la loro quotidianità, tra ironia e spontaneità, trasportando gli spettatori nel cuore di un racconto autentico e divertente all'interno di ambienti firmati Febal Casa. Quest'anno, la grande novità è la partecipazione della coppia a situazioni tipiche della vita quotidiana e battute spiritose legate al celebre show televisivo Grande Fratello, di cui Febal Casa è partner per l'edizione 2024. **Joseph** e **Serena** esplo-



reranno i diversi ambienti della casa, dalla cucina al living, alla zona notte rivelando, in un gioco di complicità e leggerezza che saprà coinvolgere il pubblico, quanto l'ambiente domestico possa essere specchio di chi lo vive. Con episodi che toccheranno i diversi momenti speciali dell'anno, la serie accompagnerà gli spettatori fino al

2025, rafforzando il legame tra il brand e la sua community di follower. E tra una risata e l'altra, sarà impossibile non desiderare una casa come quella di Joseph e Serena. Gibbo&Lori, menti creative dietro il successo della prima stagione, tornano a guidare la produzione con il loro approccio inconfondibile, fatto di sceneggiature frizzanti e atten-

zione ai dettagli. La sinergia tra i due creativi e Febal Casa è tangibile, offrendo al pubblico un'esperienza unica di brand entertainment.

Con questa web serie, Febal Casa non si limita a mostrare i propri arredi, ma li fa vivere, li anima attraverso la quotidianità dei protagonisti, dimostrando come gli arredi del brand sappiano adattarsi alle esigenze reali e ai momenti più spontanei della vita. Joseph e Serena rappresentano il "vicino della porta accanto", in cui ognuno può identificarsi, e trasmettono alla perfezione i valori Febal Casa: design, calore e versatilità.

La serie, girata negli appartamenti della Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e nel flagship store di Milano a Brera, è parte di una comunicazione integrata più ampia e sarà visibile sui canali social del brand.

Febal Casa a Esprit Meuble 2024, la principale fiera francese dedicata all'arredamento



Febal Casa si espande in Francia: la partecipazione a Esprit Meuble 2024 a Parigi segna un nuovo passo nell'internazionalizzazione del brand

Febal Casa, tra i brand leader nel settore dell'arredamento, conferma la propria partecipazione a Esprit Meuble 2024, il principale evento fieristico in Francia dedicato ai professionisti dell'arredo, in programma dal 16 al 19 novembre presso Expo-Porte de Versailles a Parigi.

Con una rete di 217 negozi monomarca sia in Italia che all'estero, Febal Casa rinnova il proprio impegno verso l'espansione internazionale e il consolidamento della sua presenza come protagonista nel panorama globale dell'arredamento.

Il Padiglione 1 – Stand I50 di Febal Casa ospiterà uno spazio espositivo di 136 mq, concepito per offrire ai visitatori un'esperienza immersiva nelle ultime collezioni e innovazioni del brand. Tra le novità, si distinguono la cucina Origina Over con ante Libeskind022, una sofisticata composizione della linea GIORNO. impreziosita da boiserie in Rovere asiatico e pensile Daylight, il divano Navigli in tessuto Jolie Sky, le eleganti poltrone Shirley in rivestimento Roma raven, oltre ai tavolini Serif disponibili in diverse finiture e dimensioni. Nella zona notte, Febal Casa presenta la cabina armadio Hype in laccato opaco Grigio oxford.

Il layout dello stand riflette perfettamente lo stile dei punti vendita Febal Casa, con una progettazione degli spazi che interpreta l'abitare contemporaneo e sostenibile. La disposizione fluida degli ambienti dimostra la filosofia del brand: creare spazi armoniosi, che integrano design e funzionalità con particolare attenzione all'uso di materiali innovativi.

“La nostra espansione internazionale è una delle priorità strategiche del Gruppo e la Francia rappresenta un mercato cruciale per il nostro sviluppo,” ha dichiarato Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini. “Nel nostro percorso di internazionalizzazione, che procede a pieno ritmo in linea con gli obiettivi del piano strategico, vogliamo rafforzare ulteriormente la nostra presenza in Francia.

Partecipiamo, per il secondo anno consecutivo, a Esprit Meuble 2024 per consolidare questo impegno e promuovere l'estetica distintiva e l'alta qualità dei prodotti Febal Casa”.

“Questo evento rappresenta un appuntamento internazionale fondamentale per far conoscere al pubblico francese un design che si distingue per le linee armoniose, l'estetica italiana decisa e un posizionamento di prezzo altamente competitivo. Stiamo investendo con grande determinazione in

Francia, ampliando la rete dei negozi monomarca e consolidando il nostro business contract, attraverso il quale offriamo soluzioni d'arredo complete e personalizzate per ogni ambiente della casa, portando ovunque il fascino e la qualità del Made in Italy e dell'Italian lifestyle", ha commentato Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.

Con la partecipazione a Esprit Meuble 2024, Febal Casa riafferma il suo impegno verso un'espansione continua nel mercato europeo, posizionandosi come player di riferimento nel settore dell'arredamento di qualità e portando in Francia il fascino e l'eleganza del design italiano.

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 Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Ingenia 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 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in vari paesi mondo.



Febal Casa a Esprit Meuble 2024, la principale fiera francese dedicata all'arredamento. La partecipazione del brand a Parigi segna un nuovo passo nell'internazionalizzazione del settore



Febal Casa, tra i brand leader nel settore dell'arredamento, conferma la propria partecipazione a Esprit Meuble 2024, il principale evento fieristico in Francia dedicato ai professionisti dell'arredo, in programma dal 16 al 19 novembre presso Expo-Porte de Versailles a Parigi.

Con una rete di 217 negozi monomarca sia in Italia che all'estero, Febal Casa rinnova il proprio impegno verso l'espansione internazionale e il consolidamento della sua presenza come protagonista nel panorama globale dell'arredamento.

Il Padiglione 1 – Stand I50 di Febal Casa ospiterà uno spazio espositivo di 136 mq, concepito per offrire ai visitatori un'esperienza immersiva nelle ultime collezioni e innovazioni del brand.

Tra le novità, si distinguono la cucina Origina Over con ante Libeskind022, una sofisticata composizione della linea GIORNO. impreziosita da boiserie in Rovere asiatico e pensile Daylight, il divano Navigli in tessuto Jolie Sky, le eleganti poltrone Shirley in rivestimento Roma raven, oltre ai tavolini Serif disponibili in diverse finiture e dimensioni.

Nella zona notte, Febal Casa presenta la cabina armadio Hype in laccato opaco Grigio oxford.

Il layout dello stand riflette perfettamente lo stile dei punti vendita Febal Casa, con una progettazione degli spazi che interpreta l'abitare contemporaneo e sostenibile.

La disposizione fluida degli ambienti dimostra la filosofia del brand: creare spazi armoniosi, che integrano design e funzionalità con particolare attenzione all'uso di materiali innovativi.

“La nostra espansione internazionale è una delle priorità strategiche del Gruppo e la Francia rappresenta un mercato cruciale per il nostro sviluppo,” ha dichiarato **Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini**. *“Nel nostro percorso di internazionalizzazione, che procede a pieno ritmo in linea con gli obiettivi del piano strategico, vogliamo rafforzare ulteriormente la nostra presenza in Francia. Partecipiamo, per il secondo anno consecutivo, a Esprit Meuble 2024 per consolidare questo impegno e promuovere l'estetica distintiva e l'alta qualità dei prodotti Febal Casa”.*



“Questo evento rappresenta un appuntamento internazionale fondamentale per far conoscere al pubblico francese un design che si distingue per le linee armoniose, l’estetica italiana decisa e un posizionamento di prezzo altamente competitivo. Stiamo investendo con grande determinazione in Francia, ampliando la rete dei negozi monomarca e consolidando il nostro business contract, attraverso il quale offriamo soluzioni d’arredo complete e personalizzate per ogni ambiente della casa, portando ovunque il fascino e la qualità del Made in Italy e dell’Italian lifestyle”, ha commentato **Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.**

Con la partecipazione a Esprit Meuble 2024, Febal Casa riafferma il suo impegno verso un’espansione continua nel mercato europeo, posizionandosi come player di riferimento nel settore dell’arredamento di qualità e portando in Francia il fascino e l’eleganza del design italiano.

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 Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Ingenia 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 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in vari paesi mondo.

Febal Casa a Esprit Meuble 2024, la fiera francese dell'arredamento



Febal Casa, tra i brand leader nel settore dell'arredamento, conferma la propria partecipazione a Esprit Meuble 2024, il principale evento fieristico in Francia dedicato ai professionisti dell'arredo, in programma dal 16 al 19 novembre presso Expo-Porte de Versailles a Parigi. Con una rete di 217 negozi monomarca sia in Italia che all'estero, Febal Casa rinnova il proprio impegno verso l'espansione internazionale e il consolidamento della sua presenza come protagonista nel panorama globale dell'arredamento.

Il Padiglione 1 – Stand I50 di Febal Casa ospiterà uno spazio espositivo di 136 mq, concepito per offrire ai visitatori un'esperienza immersiva nelle ultime collezioni e innovazioni del brand. Tra le novità, si distinguono la cucina Origina Over con ante Libeskind022, una sofisticata composizione della linea GIORNO, impreziosita da boiserie in Rovere asiatico e pensile Daylight, il divano Navigli in tessuto Jolie Sky, le eleganti poltrone Shirley in rivestimento Roma raven, oltre ai tavolini Serif disponibili in diverse finiture e dimensioni. Nella zona notte, Febal Casa presenta la cabina armadio Hype in laccato opaco Grigio oxford.

Il layout dello stand riflette perfettamente lo stile dei punti vendita Febal Casa, con una progettazione degli spazi che interpreta l'abitare contemporaneo e sostenibile. La disposizione fluida degli ambienti dimostra la filosofia del brand: creare spazi armoniosi, che integrano design e funzionalità con particolare attenzione all'uso di materiali innovativi.

“La nostra espansione internazionale è una delle priorità strategiche del Gruppo e la Francia rappresenta un mercato cruciale per il nostro sviluppo,” ha dichiarato **Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini**. “Nel nostro percorso di internazionalizzazione, che procede a

pieno ritmo in linea con gli obiettivi del piano strategico, vogliamo rafforzare ulteriormente la nostra presenza in Francia. Partecipiamo, per il secondo anno consecutivo, a Esprit Meuble 2024 per consolidare questo impegno e promuovere l'estetica distintiva e l'alta qualità dei prodotti Febal Casa”.

“Questo evento rappresenta un appuntamento internazionale fondamentale per far conoscere al pubblico francese un design che si distingue per le linee armoniose, l'estetica italiana decisa e un posizionamento di prezzo altamente competitivo. Stiamo investendo con grande determinazione in Francia, ampliando la rete dei negozi monomarca e consolidando il nostro business contract, attraverso il quale offriamo soluzioni d'arredo complete e personalizzate per ogni ambiente della casa, portando ovunque il fascino e la qualità del Made in Italy e dell'Italian lifestyle”, ha commentato **Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.**

Con la partecipazione a Esprit Meuble 2024, Febal Casa riafferma il suo impegno verso un'espansione continua nel mercato europeo, posizionandosi come player di riferimento nel settore dell'arredamento di qualità e portando in Francia il fascino e l'eleganza del design italiano.

Febal Casa accelera l'espansione in Francia con Esprit Meuble 2024



Febal Casa, marchio di punta nel settore dell'arredamento, continua il suo percorso di crescita internazionale partecipando all'Esprit Meuble 2024, uno degli eventi più importanti dedicati ai professionisti dell'arredo in Francia. La fiera si terrà a Parigi, presso Expo-Porte de Versailles, dal 16 al 19 novembre, rappresentando per Febal Casa una piattaforma strategica per consolidare la sua presenza nel mercato francese e rafforzare la sua posizione nel panorama globale dell'arredamento. Con una rete di 217 negozi monomarca distribuiti tra Italia ed estero, Febal Casa conferma l'impegno verso l'internazionalizzazione del brand, puntando a far conoscere a un pubblico più ampio la qualità e lo stile inconfondibile del design Made in Italy. Al Padiglione 1 – Stand I50, Febal Casa presenterà in uno spazio di 136 mq le ultime innovazioni e collezioni, offrendo ai visitatori un'esperienza completa che punta a far vivere lo stile Febal Casa.

Febal Casa accelera l'espansione in Francia con Esprit Meuble 2024

Tra le principali novità esposte, vi saranno l'elegante cucina Origina Over con ante Libeskind022, una sofisticata composizione della linea GIORNO con dettagli come la boiserie in Rovere asiatico e i pensili Daylight. Nella zona living, saranno presenti il divano Navigli in tessuto Jolie Sky e le poltrone Shirley, in rivestimento Roma raven, mentre i tavolini Serif, presentati in diverse finiture e dimensioni, mostreranno la versatilità e la qualità del design Febal Casa. Per la zona notte, sarà protagonista la cabina armadio Hype, caratterizzata da una finitura in laccato opaco Grigio Oxford. La disposizione dello stand è stata concepita per rispecchiare il layout tipico dei negozi Febal Casa, dove gli ambienti sono organizzati in modo fluido e accogliente, valorizzando la filosofia del brand: un arredamento che punta a coniugare estetica e funzionalità, con grande attenzione all'uso di materiali innovativi e sostenibili.

“La nostra espansione internazionale è una delle priorità strategiche del Gruppo e la Francia rappresenta un mercato cruciale per il nostro sviluppo,” ha dichiarato Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini. *“Nel nostro percorso di internazionalizzazione, che procede a pieno ritmo in linea con gli obiettivi del piano strategico, vogliamo rafforzare ulteriormente la nostra presenza in Francia. Partecipiamo, per il secondo anno consecutivo, a Esprit Meuble 2024 per consolidare questo impegno e promuovere l'estetica distintiva e l'alta qualità dei prodotti Febal Casa”.*

Oltre al consolidamento del brand, l'obiettivo della partecipazione all'Esprit Meuble è anche quello di entrare in contatto con una clientela francese che sempre più apprezza l'eleganza e la qualità italiana. Il brand punta a fare del mercato francese un punto di riferimento strategico, in cui aumentare la presenza dei propri negozi e proporre un modello di business che unisce arredamenti completi e soluzioni personalizzate per tutte le stanze della casa. Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini, ha spiegato: *“Questo evento rappresenta un appuntamento internazionale fondamentale per far conoscere al pubblico francese un design che si distingue per le linee armoniose, l'estetica italiana decisa e un posizionamento di prezzo altamente competitivo. Stiamo investendo con grande determinazione in Francia, ampliando la rete dei negozi monomarca e consolidando il nostro business contract, attraverso il quale offriamo soluzioni d'arredo complete e personalizzate per ogni ambiente della casa, portando ovunque il fascino e la qualità del Made in Italy e dell'Italian lifestyle”.*

L'attenzione del gruppo Colombini per l'espansione nel mercato francese si inserisce in una strategia più ampia di crescita internazionale, che vede l'azienda impegnata nel rafforzare la propria rete distributiva e nel consolidare l'immagine di Febal Casa come brand di riferimento nel settore dell'arredamento di alta qualità. La partecipazione alla fiera Esprit Meuble rappresenta, dunque, un'ulteriore tappa nella costruzione di un marchio globale che unisce design italiano e innovazione per rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione. Fondata nel 1965 dalla famiglia Colombini nella Repubblica di San Marino, la Colombini Group è oggi un leader nell'arredamento in Italia, grazie a marchi come Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Ingenia Casa, Offic'è e Colombini Group Contract. Con una superficie produttiva di oltre 275 mila metri quadrati e più di 1.300 collaboratori, il gruppo si distingue per un'ampia rete distributiva che conta oltre 11.000 rivenditori, di cui 217 negozi monomarca in diversi Paesi del mondo.



Febal Casa: la cucina Origina Over in mostra nello stand del brand al salone parigino Esprit Meuble 2024

Febal Casa al salone Esprit Meuble 2024

Un ulteriore passo verso l'internazionalizzazione per Febal Casa, che partecipa a Esprit Meuble, il principale salone francese dedicato all'arredo

Brand leader nel settore dell'arredamento, **Febal Casa** conferma la propria **partecipazione a Esprit Meuble 2024**, il principale evento fieristico francese dedicato ai professionisti dell'arredo, che si svolge **dal 16 al 19 novembre a Parigi, presso Expo-Porte de Versailles**. Con una rete di 217 negozi monomarca sia in Italia sia all'estero, **Febal Casa** rinnova il proprio impegno verso l'espansione internazionale e il consolidamento della sua presenza come protagonista nel panorama globale dell'arredamento. Al salone parigino, nel Padiglione 1 – Stand I50, **Febal Casa** si estenderà su spazio espositivo di **136 mq**, concepito per offrire ai visitatori un'esperienza immersiva nelle ultime collezioni e innovazioni del brand. *“La nostra **espansione internazionale** è una delle **priorità strategiche del Gruppo** e **la Francia rappresenta un mercato cruciale per il nostro sviluppo**,” ha dichiarato **Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini**. *“Nel nostro percorso di internazionalizzazione, che procede a pieno ritmo in linea con gli obiettivi del piano strategico, vogliamo rafforzare ulteriormente la nostra presenza in Francia. Partecipiamo, per il secondo anno consecutivo, a Esprit Meuble 2024 per consolidare questo impegno e promuovere l'estetica distintiva e l'alta qualità dei prodotti **Febal Casa**”*. Tra le novità che Febal Casa porta a Parigi, si distinguono la **cucina Origina Over** con ante Libeskind022, una sofisticata composizione della linea Collezione Giorno impreziosita da boiserie in Rovere asiatico e pensile Daylight, il divano Navigli in tessuto Jolie Sky, le eleganti poltrone Shirley in rivestimento Roma raven, oltre ai tavolini Serif disponibili in diverse finiture e dimensioni.*



Febal Casa: la cucina Origina Over. L'isola è valorizzata dalle ante 3D LIBESKIND022

Nella **zona notte**, Febal Casa presenta la **cabina armadio Hype in laccato opaco Grigio oxford**. Il layout dello stand è in linea con lo stile dei punti vendita Febal Casa, in cui la progettazione degli spazi che interpreta un concetto di abitare contemporaneo e sostenibile. La disposizione fluida degli ambienti dimostra la filosofia del brand: creare spazi armoniosi, che integrano design e funzionalità con particolare attenzione all'uso di materiali innovativi.



Febal Casa: Cabina Armadio

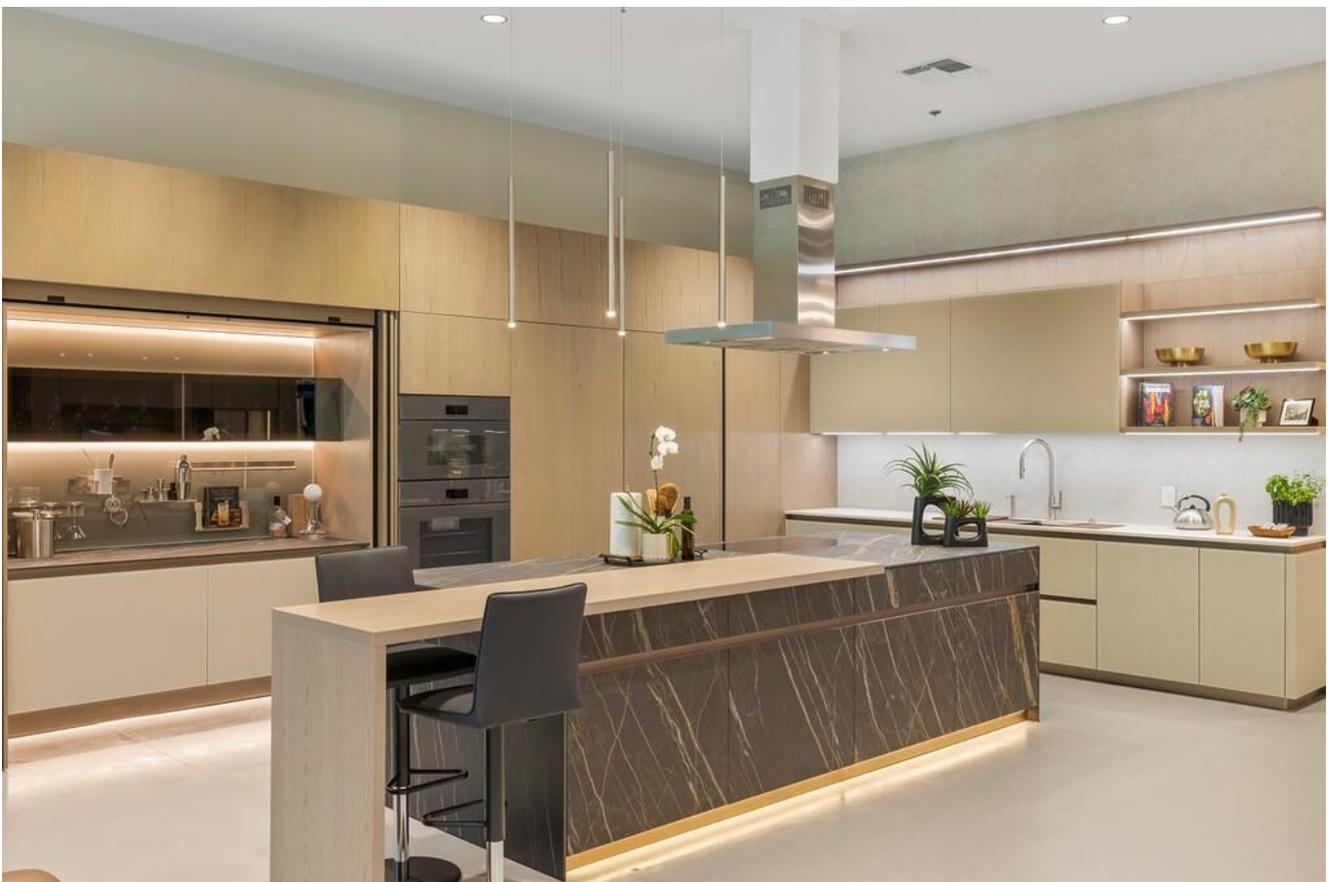
*"Questo evento rappresenta un appuntamento internazionale fondamentale per far conoscere al pubblico francese un design che si distingue per le linee armoniose, l'estetica italiana decisa e un **posizionamento di prezzo altamente competitivo**", ha commentato Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini. "Stiamo investendo con grande determinazione in Francia, ampliando la rete dei **negozi monomarca** e consolidando il nostro **business contract**, attraverso il quale offriamo soluzioni d'arredo complete e personalizzate per ogni ambiente della casa, portando ovunque il fascino e la qualità del Made in Italy e dell'Italian lifestyle".*



Febal Casa: Sofas Signature Collection

Febal Casa Brings Italian Elegance to the U.S.

[Febal Casa](#), a well-known Italian home furnishings brand, has officially launched its U.S. expansion, marking a significant milestone in its international growth strategy. As part of the Colombini Group, Febal Casa will open its flagship showroom in Miami, followed by new locations in Scottsdale on November 23 and Orange County on December 6.



Photos courtesy of Febal Casa

Founded in 1959, Febal Casa has established itself as a benchmark in Italian design. It offers innovative and flexible furnishing solutions for the entire home, from kitchens and living spaces to sofas, dining areas, walk-in closets, and wardrobes.

The Colombini Group, which acquired Febal Casa in 2009, has ambitious plans to establish 15-20 locations across major U.S. cities by 2029. The Scottsdale location, covering 3,500 square feet at 7550 E. Greenway Road, will offer immersive experiences, bringing the elegance of Italian design to the West Coast.



“This expansion is driven by significant investments in Febal Casa’s high-end offerings, strengthened by strategic partnerships with local distributors and an exceptional focus on customer service, all supported by an experienced on-site team and led by our CEO,” Colombini CEO Giovanni Battista Vacchi said.

Febal Casa’s products combine cutting-edge design with the artistry and craftsmanship of Italy’s best designers. They offer customizable solutions that allow clients to create unique living spaces that reflect their personal style and needs.



“Our bespoke Italian craftsmanship and ‘total furnishing’ approach provides consumers and trade professionals with coordinated, customizable solutions for every room, ensuring a seamless blend of style, functionality, and personalization throughout,” CEO of Febal Casa USA Fabio Pitton said. “We look forward to helping Scottsdale homeowners and collaborating with the design and architectural community to bring their visions to life with our design experience.”

Pitton oversees the company’s expansion and operations across North and South America. In this role, he drives strategic growth, fosters partnerships, and increases market presence. With a focus on luxury, bespoke furniture, and innovative design solutions, Pitton leads the company’s efforts to introduce the heritage of Italian craftsmanship to new markets, mainly through customized home solutions.



With over 20 years of experience in international business development and sales, Pitton brings expertise in guiding global brands through complex market landscapes. Febal Casa provides exclusive customer services, including comprehensive support at every process stage. Furniture experts are available for consultations in all stores to create custom designs tailored to client's needs. All estimates, measurements, and designs are performed by trained technicians to ensure Febal Casa's specialized technicians handle accuracy and precision, as well as delivery and assembly.

With plans for continued growth and additional showroom openings in major U.S. cities over the next several years, Febal Casa is committed to transforming spaces into unique experiences that blend Italian elegance with innovative functionality. Scottsdale's grand opening will take place on November 23. For more, visit febalcasausa-scottsdale.com.

Febal Casa apre due nuovi store negli Stati Uniti

In occasione delle aperture in Florida e Arizona, abbiamo chiesto a Emanuel Colombini, presidente Colombini Group, come stanno cambiando i negozi. «I consumatori oggi chiedono più di un prodotto, cercano un'esperienza»



Febal Casa vola oltreoceano e apre **due nuovi punti vendita negli Stati Uniti**, uno a Miami in Florida e l'altro a Scottsdale in Arizona, che si aggiungono ai 217 negozi monomarca già presenti sul territorio nazionale e internazionale, primo step di un piano di sviluppo del brand nelle principali città americane, dove entro il 2029 l'obiettivo è di raggiungere tra le 15 e le 20 aperture.

Oltre a esporre i prodotti più significativi delle collezioni, pensati per rispondere alle specifiche esigenze del mercato USA, i due nuovi store prevedono la **presenza di un'area experience**, dove i clienti possono usufruire di un servizio di consulenza, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte di arredo.

La scelta del brand di dotare gli store anche dello spazio necessario per organizzare eventi, dimostrazioni di cucina dal vivo o dj set è in linea con le **ultime tendenze in campo retail**, che vedono i negozi trasformarsi sempre più da spazi esclusivamente progettati per la vendita a luoghi di incontro.

Abbiamo chiesto a Emanuel Colombini, presidente di [Colombini Group](#), come stanno cambiando le esigenze dei consumatori. «È in corso un cambiamento profondo nel modo di concepire l'acquisto e il design. **I consumatori oggi** chiedono più di un prodotto: **cercano un'esperienza, un significato e un valore aggiunto in ogni scelta**. Questo shift si manifesta in vari modi: qualità, personalizzazione e un'esperienza di acquisto che metta al centro la relazione umana. Febal Casa riflette questa nuova visione con spazi che **non sono solo showroom, ma veri e propri hub esperienziali**, dove ogni cliente può interagire con esperti e ricevere consigli su misura. La scelta degli arredi diventa così un percorso che racconta la personalità del cliente, mostrando come, in questo momento storico, l'autenticità sia la chiave per conquistare il pubblico».



La **disposizione degli spazi espositivi** è concepita per rispecchiare il concetto di abitare contemporaneo, favorendo interazioni naturali tra gli ambienti e ponendo particolare attenzione all'innovazione dei materiali. In particolare, per il debutto negli Stati Uniti, [Febal Casa](#) ha scelto di presentare **collezioni iconiche**, che spaziano dalle cucine al living, al dining e alla zona notte. «Abbiamo voluto rispondere alle esigenze specifiche del mercato statunitense, dove cucine e armadiature non sono solo elementi funzionali ma componenti strutturali della casa. Per questo, abbiamo dato priorità agli spazi cucina — incluse soluzioni come **kitchenette, lavanderie e pantry** — progettati su misura per armonizzarsi con lo spazio disponibile. Anche le armadiature hanno un ruolo centrale, considerate non solo come sistemi contenitivi ma come cabine armadio integrate nella zona notte e nel contesto wellness della casa. L'area living completa la proposta, con ampie sedute confortevoli, concepite per diventare il cuore sociale dell'abitazione, dove il cliente possa sentirsi accolto».

Obiettivo del brand è creare un ambiente dove lo **stile italiano** incontra le aspirazioni internazionali e l'eleganza va di pari passo con l'innovazione. In linea con le tendenze che stanno emergendo in questo momento. «I consumatori, in particolare negli Stati Uniti, sono

layout pensati per un pubblico internazionale, dove ogni ambiente esprime l'essenza del **design italiano**: sobria eleganza, linee pulite e materiali all'avanguardia che sposano la qualità artigianale con le nuove tecnologie. In questo contesto, il design non è più solo estetica, ma diventa un modo per rendere gli spazi in cui viviamo più funzionali e accoglienti».



Febal Casa Enters U.S. Market with Flagship Store Opening in Miami and Outposts in Scottsdale and Orange County

Italian home design leader debuts first U.S. locations, showcasing innovative and customizable solutions for the modern home

MIAMI, Nov. 21, 2024 /PRNewswire/ -- [Febal Casa](#), a renowned Italian home furnishings brand and a part of the Colombini Group, announces its highly anticipated entrance into the U.S. market with the grand openings of its Flagship Showroom located in the heart of Miami's vibrant MiMo district, November 21, 2024, followed closely by a Scottsdale location on November 23, 2024, and Orange County on December 6, 2024. These new stores represent Febal Casa's continued international expansion and commitment to offering premium, customizable home solutions across the globe. Colombini Group has an ambitious development plan for the Febal Casa brand in major American cities, aiming to achieve approximately 15-20 openings by 2029.



Febal Casa, a renowned Italian home furnishings brand and a part of the Colombini Group, announces its highly anticipated entrance into the U.S. market with the grand openings of its

Flagship Showroom located in the heart of Miami's vibrant MiMo district, November 21, 2024, followed closely by a Scottsdale location on November 23, 2024, and Orange County on December 6, 2024.

Founded in 1959, Febal Casa has become a benchmark for Italian design, offering innovative, flexible furnishing solutions for the whole home — from kitchens to living spaces, sofas, dining, walk-in closets & wardrobes. The Miami flagship, situated at 5700 Biscayne Blvd, will serve as the brand's U.S. hub, featuring a 6,000 square-foot store designed to immerse visitors in the elegance and versatility of Febal Casa's offerings. Meanwhile, the 3,500 square-foot Scottsdale store, located at 7550 East Greenway Road, and 1,500 square-foot Orange County store, at 23811 Aliso Creek Road, will offer similarly curated experiences.

"Miami is the ideal location for Febal Casa's U.S. flagship store," said Fabio Pitton, CEO of Febal Casa USA. "With its booming real estate market and thriving design community, it offers the perfect backdrop for Febal Casa's entrance into this competitive space. Our products are designed to appeal to a broad range of customers who value sophisticated, customizable solutions that enhance their living spaces."

Miami serves as a gateway to Latin America, enhancing support for Febal Casa partners across Central America, South America, and the Caribbean. Scottsdale and Orange County further expand this reach, catering to West Coast clientele with a shared appreciation for luxury and innovation in home design. The new locations will showcase Febal Casa's signature products, known for combining cutting-edge design with the craftsmanship and quality of Italian artistry, and will host exclusive launch events featuring live kitchen demonstrations, high-end design presentations, and opportunities to connect with top architects, interior designers, and real estate professionals.

"With the opening of our flagship store in Miami, Febal Casa reinforces its commitment to international growth, establishing Miami as a central gateway for the United States, Canada, and Latin America," said Giovanni Battista Vacchi, CEO of the Colombini Group. "This expansion is driven by significant investments in Febal Casa's high-end offerings, strengthened by strategic partnerships with local distributors and an exceptional focus on customer service—all supported by an experienced on-site team led by our CEO of Febal Casa USA, Fabio Pitton."

The brand's U.S. expansion is expected to attract both trade and consumer clientele, spanning interior designers, architects, and real estate professionals seeking sophisticated, customizable solutions for their projects. With this U.S. debut, Febal Casa continues its mission of transforming spaces into unique experiences that reflect Italian elegance and innovative functionality.

"We are confident that Febal Casa's ability to adapt quickly and innovate will be key to its success in becoming a benchmark in today's challenging U.S. market. Our strategy is built on establishing a strong and distinctive presence, supported by a balanced offering in terms of product, pricing, and service," said Emanuel Colombini, President of the Colombini Group. "We firmly believe that solid, quality-driven companies like Febal Casa are ready not only to meet the needs of today's consumers, but also to capture new and significant market shares."

For more information please visit febalcasausa.com.

About Febal Casa

Founded in 1959 and part of the Colombini Group since 2009, Febal Casa is a leader in Italian home furnishings, known for its customizable, design-forward solutions. The brand offers an extensive range of products, from kitchens to living spaces, sofas, dining, walk-in closets & wardrobes, all designed to bring beauty, innovation, and functionality to modern homes. Febal Casa has a presence in over 217 stores across Italy and other parts of Europe, and it now proudly enters the U.S. market with its first stores in Miami, and Scottsdale and Orange County. For more information, please visit febalcasausa.com or follow on [Instagram](#), and [Facebook](#).

About Colombini Group

Colombini Group, founded in 1965 by the eponymous family in the Republic of San Marino, is leader in the Italian furniture sector with its brands Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Ingenia, Offic'è, and Colombini Group Contract, a structure specialized in designing and delivering turnkey solutions for residential, hospitality, and commercial projects. The Group boasts a production area of approximately 275,000 square meters, over 1,300 employees, and a distribution network of more than 11,000 retailers, including 217 monobrand stores in various countries around the world.

Media Contact

Demonstrate for Febal Casa
febalcasa@demonstratepr.com
415.400.4214

Latest in Home Design



HOME DESIGN | FURNITURE

Parent of Italian High-end Furniture Firm Febal Casa Eyeing Retail Expansion in U.S. and Asia

Miami and Scottsdale are just the beginning of its U.S. expansion.

By **SOPIA CELESTE** 16 hrs ago



HOME DESIGN | MATERIALS

Preston Lane Looks to Supercharge Its Home Brand With Centric Partnership

Lifestyle expert Preston Konrad and branding veteran Lisa Manice have connected with some operational muscle...

By **EVAN CLARK** NOV 25, 2024, 12:01AM



HOME DESIGN | FURNITURE

Indian Luxury Home Brand Diviana Lands in Milan's Fashionable Quadrilatero

As India's home industry sees a surge in production and sales, the New Delhi-based firm has opened its first...

By **SOPIA CELESTE** NOV 22, 2024, 12:28PM

Parent of Italian High-end Furniture Firm Febal Casa Eyeing Retail Expansion in U.S. and Asia

Miami and Scottsdale are just the beginning of its U.S. expansion.



Febal Casa Miami flagship. Courtesy of Febal Casa

MILAN — Italian furniture-to-kitchens-maker Febal Casa, which counts Matteo Thun and Daniel Libeskind among its key design collaborators, is placing big bets on the U.S. market.

Its parent company Colombini Group said it plans to open 15 to 20 new Febal Casa doors in the U.S. by 2029. “American consumers love the Italian way of life and I am confident that our sophisticated, premium quality products, priced competitively against other luxury brands, will thrive in this market,” Colombini Group chairman Emanuel Colombini told WWD.

This year marked a major pivot for Febal Casa, which currently has 217 monobrand stores, of which 36 are abroad. Earlier this month the firm cut the ribbon on its first U.S. retail spaces. Its new 6,458-square-foot Miami flagship on 5700 Biscayne Boulevard was the first, followed by a 3,229-square-foot space in Scottsdale, Ariz., within the city’s District at the Airpark retail area. The next opening is slated for Dec. 6 in Orange County, Calif.

According to Statista, furniture and home furnishings store sales in the U.S. amounted to about \$138.7 billion last year, a decrease compared to the \$143.7 billion recorded a year earlier, as the housing market was impacted by rising interest rates and surging home sales.

Febal Casa was founded in 1959 and was acquired by Colombini Group in 2009. The Colombini Group was established in 1965 by the Colombini family in the Republic of San Marino and is also home to Colombini Casa Bontempi Casa, Ingenia, Offic'è, and Colombini Group Contract, a division that specializes in turnkey solutions for residential, hospitality, and commercial spaces. The group is on track to reach sales of 290 million euros by the end of 2024, in line with 2023, Colombini said.



Febal Casa Courtesy of Febal Casa

Febal Casa added new international markets in the first half of 2024, with new stores in Beirut; in South Africa, and in Lagos, Nigeria, in addition to two in Europe.

There are plans to have 300 stores nationwide and 150 internationally. With its sights set on Canada, the Middle East, and key European markets like France, Spain, Switzerland, and the Benelux countries, the group is poised for significant global growth, Colombini contended, adding that the next frontier is Asia-Pacific, where it is building its commercial presence to meet the specific needs of the region. Febal Casa is targeting five new locations in Asia in 2025. It already has a monobrand store in Seoul.

“We’re tackling these challenges head-on by investing in research, partnering with local experts, and deeply understanding local regulations and cultures. Our goal is to create solutions that are both visually stunning and highly functional,” Colombini remarked.



Febal Casa |