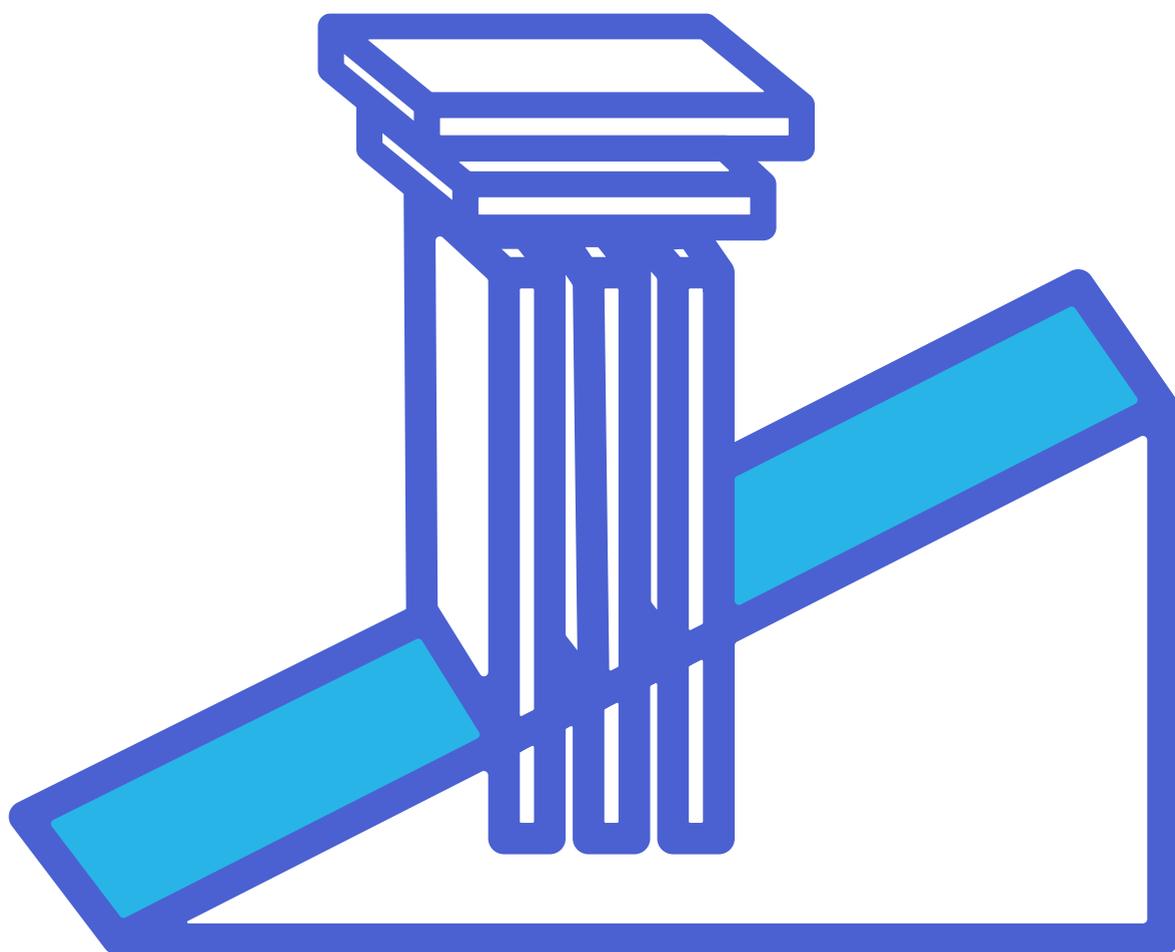

Rassegna Stampa

Dicembre 2024

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

febal
casa



Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Ambiente Cucina	novembre - dicembre 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Progetto Cucina	novembre - dicembre 2024	Articolo relativo agli opening Febal Casa in USA
Abitare	dicembre 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Cose di Casa	dicembre 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA; libreria TRENTA
Businessofhome.com	2 dicembre 2024	Articolo relativo agli opening Febal Casa in USA
Cosedicasa.com	17 dicembre 2024	Uscita prodotto: cabina armadio HYPE
Giornalesm.com	17 dicembre 2024	Articolo relativo a Febal Casa che raggiunge il traguardo di 235 negozi monomarca
Globalmedianews.info	17 dicembre 2024	Articolo relativo a Febal Casa che raggiunge il traguardo di 235 negozi monomarca
Adcgroup.it	17 dicembre 2024	Articolo relativo a Febal Casa che raggiunge il traguardo di 235 negozi monomarca



Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Ambientecucinaweb.it	18 dicembre 2024	Articolo relativo a Febal Casa che raggiunge il traguardo di 235 negozi monomarca
Progettocucinabiz.it	18 dicembre 2024	Articolo relativo a Febal Casa che raggiunge il traguardo di 235 negozi monomarca
lfdm.design	19 dicembre 2024	Articolo relativo a Febal Casa che raggiunge il traguardo di 235 negozi monomarca





Testata: Ambiente Cucina
 Data: novembre-dicembre 2024

informatassegna



FEBAL CASA

Lo spazio lussuoso, arricchito dalle **superfici ad effetto marmo arabescato** in Optimum Arabescato Cordoba Naturale (spesso 2,6 cm), è arredato con **Origina Anta Profilo Telaio Legno in laccato opaco Grigio Daytona**. Nell'isola deputata al lavaggio vi è la vasca integrata in grés arabescato come il top. Altri elementi d'arredo di spicco, la libreria Lapis con schienali in laminato Eucalipto, la zona wine y dietro le porte scorrevoli e la sedia blu Aria.

FEBAL CASA

The luxurious space, enhanced by the arabesque marble effect surfaces in Optimum Arabescato Cordoba Naturale (2.6 cm thick), is furnished with **Origina Anta Profilo Telaio Legno** in matt Grey Daytona lacquered. The island dedicated to washing, includes an integrated sink in arabesque stoneware like the countertop. Other standout furnishings include the Lapis bookcase with Eucalyptus laminate back, the wine area behind sliding doors and the blue Aria chairs.

105194



Testata: Progetto Cucina
Data: novembre-dicembre 2024

FEBAL CASA

Il brand di Colombini Group annuncia le sue prime aperture retail negli Stati Uniti: un flagship Febal Casa a Miami, Florida, Un monomarca a Scottsdale in Arizona e uno nella Orange County in California. L'obiettivo è di raggiungere circa 15-20 aperture entro il 2029.

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





Testata: Abitare
Data: dicembre 2024

FEBAL CASA, ORIGINA Cucine a L, con basi e colonne in Pet bianco opaco; top di laminato effetto marmo botticino. Le basi ad angolo sono attrezzate con vassoi contenitori estraibili; il pensile è caratterizzato da un'unica anta di cm 180 per cappa e scolapiatti. Il piano snack in Fenix giallo Evora, parzialmente sovrapposto al top, è abbinato agli sgabelli *Tata*. • *L-shaped kitchen with white matte PET bases and tall units; marble-look laminate top. The corner base units are fitted with pull-out trays. The wall unit has a single 180 cm front for the hood and dish rack. The Fenix yellow Evora snack counter, partly overlapping the countertop, is combined with Tata stools. febalcasa.com*

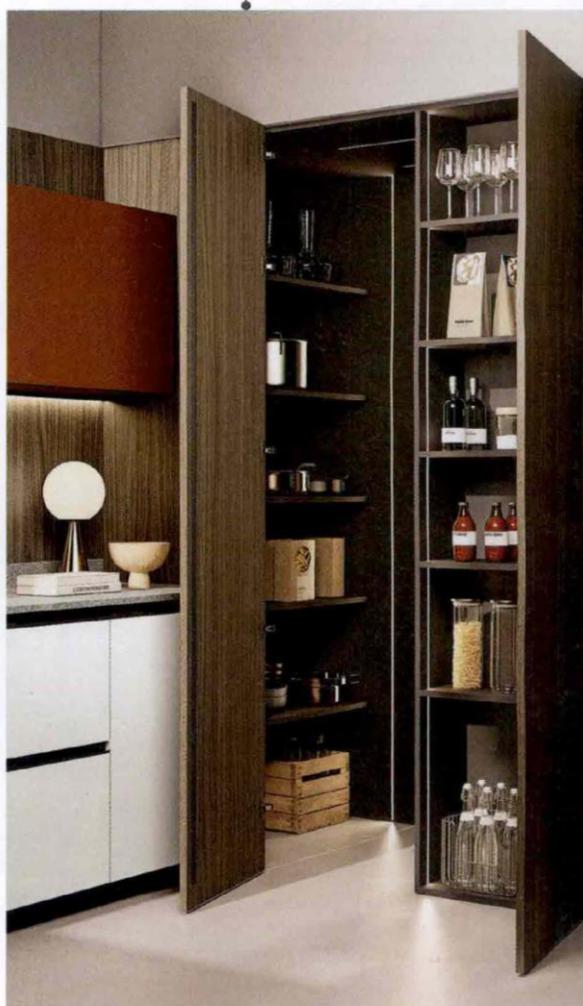




Testata: Cose di Casa
Data: dicembre 2024

Un vano utile
anche per nascondere
alla vista attrezzature
che si utilizzano
sporadicamente e
apparecchi ingombranti

La cabina del sistema **Origina di Febal Casa** (www.febalcasa.com) ricrea una vera e propria stanza, corredata con diversi accessori e con l'illuminazione, per una maggiore praticità. Prezzo su richiesta.



Yung Atelier debuts Chicago flagship, Samuel & Sons opens in Atlanta, and more

From U.S. debuts to nationwide expansions, *BOH* has gathered all the showroom news to have on your radar this month.

Showroom Spotlight

The new [Yung Atelier](#) Chicago flagship is a tribute to its diverse team of artisans. The 33 makers are the foundation of the drapery and window treatment company founded in 1994 by Chin Yung. (He retired in 2019 but rejoined as a part-time consultant last year.) The team members—95 percent of whom are people of color, and who hail from around the world—range from master seamstresses to entry-level upholsterers from Yung Atelier’s apprenticeship program. “[The new showroom] symbolizes our dedication to nurturing creativity, honoring our heritage, and providing meaningful opportunities for a diverse group of people who are often overlooked—not just in our industry but in the world at large,” says company president and creative director Bobby Yung, who joined his father’s company in 2012.

The new showroom is housed in the same Chicago building as the company’s workroom, satisfying Chin Yung’s dream of having everything under one roof: design, production and presentation. The convenient spot also allows the brand to invite clients and partners into the process, showing where the pieces are crafted before being put on display. “To have our gallery housed in the same building and to create a direct connection to that process—we’re really proud to present [that],” Bobby Yung tells *Business of Home*.

The showroom’s design features wabi-sabi, art nouveau and Scandinavian influences. Created in partnership with Chicago design firm Kate Boyce Studio, a longtime Yung Atelier collaborator, the space intentionally encourages visitors to pause and reflect. “I wanted guests to feel a sense of discovery, whether they’re visiting to review details for an existing project—samples, strike-offs, mock-ups—[or to see] our furniture collection for the very first time, or even to admire the art in antique pieces that complement the environment itself,” says Yung.

Immersive vignettes throughout the space were designed to spotlight the workroom’s range of capabilities. Within the open layout, guests will find a great room with both formal and informal seating options, a dining room, a breakfast room, a bedroom, and a foyer. The brand recently launched its inaugural furniture collection, and the pieces on display showcase the many possibilities for customization. For example, one sofa has three different seat cushions and three different back pillows, exhibiting the range of possible combinations in a piece.

In addition to custom furniture, the space displays window treatments, Roman shades, draped cabinetry, upholstered doors and bedding: “It’s truly our entire wheelhouse of product that’s showcased in the space,” says Yung. One of his favorite features is the partnership with Francine Almeida, the founder of Tala, a local art gallery that will display rotating exhibitions, allowing the atelier to highlight local artists and engage with the community.

The showroom opening marks Yung Atelier’s 30th year, and the brand has no intention of slowing down anytime soon. “The true art of upholstery, hand-tied springs and meticulous detailing is a dying trade—and so, to double down on slow manufacturing, we’re proud to present that ideology and that approach,” says Yung. “The space reflects our commitment to innovation, design excellence and the preservation of craftsmanship.” 3229 S. Ashland Ave., 2nd Floor, Chicago

Arizona

[Febal Casa](#), the Italian home furnishings brand, has unveiled an outpost in Scottsdale, one of three U.S. showrooms it is opening this month (along with locations in Florida and California). The 3,500-square-foot store showcases furnishings for every room, from kitchens and living spaces to dining rooms and closet systems. *7550 E. Greenway Rd., #115, Scottsdale*

California

[Febal Casa](#) has also opened a location in Orange County—a 1,500-square-foot store that offers the brand's furnishing solutions for the whole home. *23811 Aliso Creek Rd., #107, Laguna Niguel*

[Curagenda Galerie](#) is a new contemporary art gallery in Los Angeles launched by curator Helen Homan Wu with a focus on Japanese artists. The inaugural exhibition, titled "Desert Sun," features a ceramic artist and calligraphy artist, both from Kyoto. *By appointment only; 7063 Lanewood Ave., Los Angeles*

Danish design brand [Vipp](#) opened a new Los Angeles studio across three floors of a 2,700-square-foot building in the heart of Venice Beach. The space has a private patio that showcases the company's outdoor furniture collections, a second floor that displays some of the brand's modular kitchens, and a third-floor bedroom vignette and lounge. *By appointment only; 513 Victoria Ave., Los Angeles*

[Scott + Cooner](#), a luxury multiline showroom based in Dallas, makes its first move beyond Texas with the opening of a Bay Area outpost. The new space boasts 10,000 square feet and offers a wide array of contemporary furniture, lighting and home accessories from brands like Cassina, Baxter, Roda, Knoll and Meridiani. *543 8th St., San Francisco*

Colorado

Luxury carpet and rug company [Stark](#) acquired Floor Coverings by CPA, a Denver showroom offering wall-to-wall carpet and custom rugs. The 13,000-square-foot location will now operate as CPA by Stark, providing a larger product range and enhanced service and support. *595 S. Broadway, #116E, Denver*

Connecticut

New York-based Rug brand [Ernesta](#), launched by [three Peloton co-founders](#), has opened its third showroom location, this time in Greenwich. The 1,000-square-foot space joins the brand's Manhattan and Bethesda showrooms in giving customers a hands-on environment to try out its offerings and receive one-on-one assistance to design a rug. *24 W. Putnam Ave., Greenwich*

[Anastasio Home](#), a producer of home accessories and upcycled luxury goods, has chosen The Shops at Farmington Valley in Canton for its debut store. The new space boasts the brand's full collection of marble and brass pieces, exclusive collaborations, and curated home furnishings. The location also serves as a design studio that completes custom orders for stone and metal creations in collaboration with its dedicated stone atelier in India. *110 Albany Turnpike, Suite 613, Canton*

Florida

[Febal Casa](#) launched a showroom in Miami two days before its California store opening. The 6,000-square-foot store will showcase furnishing solutions for the whole home, from kitchens and living spaces to dining rooms and closet systems. *5700 Biscayne Blvd., Unit 106, Miami*

Georgia

Luxury trimming brand [Samuel & Sons](#) has opened a new showroom in the Atlanta Decorative Arts Center. Spanning 2,100 square feet and designed in partnership with [Timothy Corrigan](#), the company's

fifth U.S. showroom (and seventh worldwide) will showcase over 10,000 products across the brand's collections. *351 Peachtree Hills Ave NE, Suite 311, Atlanta*

Illinois

Antiques store [Patina Collection](#) opens in Chicago's Old Town neighborhood, the brand's second location (after Naples, Florida). Featuring a selection of curated furniture, decor and tabletop items, the opening comes just in time for the company's upcoming 12-year anniversary. *1359 N. Wells St., Chicago*

[Debora Lyn Interior Design](#) opened a 1,200-square-foot boutique in Elmhurst that offers a curation of home accessories and objects, wallcoverings, and accent furniture pieces. *100 N. Addison Ave., Suite 3, Elmhurst*

Kentucky

Table linens and home accessories brand [Pomegranate](#) is opening its first retail store in Lexington. Customers will find a selection of the company's hand-block-printed table linens, kitchen textiles like aprons and oven mitts, dinnerware, antiques, and other home accessories. Not only can guests shop, but the space also features a courtyard called Penny's at Pomegranate that offers a selection of seasonal bites from local chef Ouita Michel. *700 E. Main St., Lexington*

Massachusetts

[B&B Italia](#) unveiled a Boston flagship in the city's Back Bay neighborhood. Stretching 12,500 square feet across two levels, the space boasts the Italian furniture maker's collections as well as pieces from [parent company Design Holding](#)'s other brands, including Maxalto, Azucena, Arclinea, Flos and Louis Poulsen. *75 Arlington St., Boston*

New York

Designer [Matthew Fisher](#) has debuted his first gallery in The Seaport. The space showcases his newest collection: more than 120 works made of stone, metal and cotton cord. The pieces range from lighting to vessels and tabletop and are displayed in all scales. *By appointment only; 106 South St., New York*

[Kathy Kuo Home](#) unveiled a [showroom](#) in Tribeca. Spanning 2,000 square feet, the location brings the e-commerce site's offerings to life with curated vignettes featuring its furniture, rugs and accessories collections. The space will also host numerous live events and programs for the design community and beyond. *By appointment only; 161 Hudson St., New York*

In midtown Manhattan, Italian furniture brand [Porro](#) unveiled its first U.S. solo showroom. Set up in different vignettes, the flagship displays the brand's furniture collection in a wide range of finishes to show the range of possibilities for customization. *31 E. 31st St., New York*

Brooklyn-based ceramist [Danny Kaplan Studio](#) has opened its first Manhattan showroom. The 4,000-square-foot space has plenty of room to house the brand's latest ceramic collections and to introduce new product categories down the line. The production facility is still in Brooklyn, and this location will showcase lighting, metal furniture and artisan-made rugs, as well as offering space to host events. *417 Lafayette St., 4th floor, New York*

Asheville, North Carolina-based pottery brand [East Fork](#) has opened the doors to its first New York location. The [certified B Corporation](#)'s Brooklyn outpost will display the brand's collections of mugs, plates and bowls. Through the end of the year, 5 percent of all sales will support grassroots organizations like BeLoved Asheville, which are actively helping those most impacted by [Hurricane Helene](#). *377A Atlantic Ave., Brooklyn*

[David Weeks](#), the Brooklyn brand known for designing large-scale lighting designs since 1996, launched a new studio in Clinton Hill. The new space will showcase a selection of the brand's sculptural lighting fixtures. *279 Park Ave., Brooklyn*

North Carolina

[Swavelle](#), the fabric and textile company, opened a newly renovated showroom in High Point's Market Square Tower. The 3,720-square-foot revamped space includes an upgraded lobby with a dedicated area for browsing new collections as well as a renovated kitchen stocked with snacks. *305 W. High Ave., 8th Floor, High Point*

South Carolina

[The Wren](#), a design shop by architect Lori Bate, opened up within the new Wynsum Antiques & Interiors location in Mount Pleasant. The Wren sources one-of-a-kind home products from around the world, and its curated collection features ceramic tableware, woven pillows, cashmere throws and more. *903 Houston Northcutt Blvd., Mount Pleasant*

Internationa

Danish lifestyle brand [Aiayu](#) unveiled a new showroom in Copenhagen. Designed by Space Copenhagen, the minimalist space features natural materials like light oak that make the brand's clothing, bedding and throws stand out. *Østerbrogade 60, 2100 Copenhagen, Denmark*

[Bentley Home](#) has opened in Dubai's Mall Zabeel. The space showcases some of the brand's newest designs, which were unveiled at [Milan Design Week](#), including the Wilton desk and the Bollington office armchair in collaboration with Francesco Forcellini. *Mall Zabeel, Showroom LGM-006, Financial Center Rd., Za'abeel, Dubai*

[Lutron](#) has unveiled its first Canadian Design Studio. The 2,200-square-foot Toronto space showcases the brand's lighting and control solutions for architects, designers and the rest of the local design community. *130 Queens Quay East, Toronto*

Cabina armadio, la più desiderata: dove ricavarla e quali attrezzature scegliere? Più di 40 modelli per tutti i gusti

Come trovare il posto giusto per ricavare la cabina armadio, in camera o in un altro vano? Quanto deve essere grande? Oltre 40 modelli con diverse attrezzature, aperte o chiuse.

Le cabine armadio più tradizionali hanno **pareti in muratura (o in cartongesso)**, ma esistono anche **telai autoportanti** che, non avendo fianchi intermedi permettono di sfruttare completamente i vani. Le attrezzature possono essere montate **su boiserie tramite cremagliere**, oppure su montanti in alluminio. Per la biancheria sono da preferire cassettiere ai vani a giorno, poiché assicurano maggiore protezione dalla polvere. **Soluzioni su misura** “vestono” al meglio spazi di forme differenti, anche molto mini. Per avere a disposizione una “stanza nella stanza” riservata solo al guardaroba.

C'è **una soluzione per ogni spazio grazie alla componibilità**: da quella davvero grande da attrezzare in ogni dettaglio, alla più piccola ma ugualmente ben organizzata. **E non è detto che debba essere sempre in camera**. Realizzare uno spazio da dedicare esclusivamente al guardaroba, in alcuni casi aiuta a ridimensionare una stanza irregolare, in altri a rendere più funzionale l'ambiente. Attenzione però, per essere veramente pratica la cabina **deve confinare con la stanza da letto**.



Fa parte della collezione Notte di Febal Casa il sistema cabina armadio Hype, estremamente flessibile si compone di pannelli boiserie personalizzabili in molteplici finiture, sulle quali è possibile posizionare diverse soluzioni di attrezzature come cassettiere sospese o a terra, ripiani disponibili anche con led, accessori estraibili o ripiani porta scarpe. Linee leggere adattabili ad ambienti di diverse metrature con fianchi in pannello e fianchi con telaio in alluminio, di grande resa estetica per sfruttare tutto lo spazio a disposizione con estrema modularità e personalizzazione, prezzo su richiesta. <http://www.febalcasa.com>



Testata: Giornalesm.com

Data: 17 dicembre 2024

San Marino. Febal Casa raggiunge il traguardo di 235 negozi monomarca. Il 2024 si chiude con l'apertura di 42 nuovi punti vendita, 27 in Italia e 15 all'estero



San Marino, 17 dicembre 2024. Febal Casa chiude il 2024 con l'apertura di 42 nuovi punti vendita, 27 in Italia e 15 all'estero, raggiungendo il traguardo di 235 negozi monomarca di cui 195 sul territorio nazionale e 40 in altri paesi.

Con l'obiettivo di arrivare a 300 punti vendita entro la fine del 2025, lo sviluppo del brand in Italia e all'estero prosegue in linea con il piano strategico pluriennale che prevede il consolidamento in Italia e una grande spinta in alcune importanti macro-aree, come gli Stati Uniti, che rappresentano uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo. Investimenti anche in Europa, attraverso la creazione di una rete di dealer che opera nel retail e che possa utilizzare bene la forza del Gruppo nel mercato contract e nell'area del Middle East, grazie al consolidamento di partnership con grossi player locali e in alcuni paesi del continente africano.

In dettaglio, Febal Casa ha inaugurato due store in Puglia, in provincia di **Bari**, rispettivamente di 400 mq e 160 mq; uno store di circa 250 mq nelle Marche, a **Pesaro**; due punti vendita in Sicilia, uno di 250 mq a **Palermo** e uno di 200 mq a **Messina**; un monomarca di 130 mq a Giaveno, in provincia di **Torino**.



Testata: Giornalesm.com

Data: 17 dicembre 2024

All'estero Febal Casa ha aperto 3 store negli USA: il Flagship di 600 mq a Miami, in Florida, un punto vendita di 300 mq a Scottsdale, in Arizona, e uno Orange County, in California. Quattro gli opening in Europa: uno store di 180 mq in **Grecia** a Giannina, due negozi in **Spagna**, uno di 90 mq a Marbella e uno di 120 mq a Maiorca, un punto vendita di 200 mq a Baghdad in **Iraq**, uno store di 180 mq ad Al Kuwait in **Kuwait** e infine un negozio a Mascate in **Oman** di 200 mq.

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

Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini, sottolinea il ruolo strategico dei punti vendita monomarca nell'espansione e nell'identità di Febal Casa. "Ogni nostri store è pensato per essere molto di più di un semplice luogo di acquisto: rappresenta uno spazio dove il cliente può vivere appieno la nostra visione di Design e qualità. Attraverso ambientazioni curate e proposte d'arredo integrate, i negozi Febal Casa offrono un'esperienza immersiva e coinvolgente, che riflette in ogni dettaglio l'essenza del nostro brand." afferma Colombini. "Il modello monomarca rappresenta la pietra angolare della nostra strategia: combina la forza e la solidità di un marchio riconosciuto con la conoscenza approfondita dei mercati locali, grazie al lavoro dei nostri dealer. La nostra rete di store è progettata per offrire un'esperienza di marca coerente e distintiva, che rafforza il legame con i clienti e consolida la nostra presenza in ogni territorio," conclude il Presidente.

"Il nostro obiettivo è di raggiungere i 300 store monomarca Febal Casa entro la fine del 2025, un traguardo che rappresenta una tappa importante per l'espansione del marchio sia in Italia che a livello internazionale. Febal Casa si distingue come punto di riferimento per soluzioni d'arredo complete, coprendo ogni ambiente della casa, dalla cucina al soggiorno, fino alla zona notte.



Testata: Giornalesm.com

Data: 17 dicembre 2024

Questo piano di crescita ambizioso si basa su investimenti strategici in ambito produttivo, commerciale, tecnologico e nei sistemi informativi, oltre a un forte impegno nell'area Ricerca e Sviluppo. La scelta di partner locali e le collaborazioni strategiche rappresentano elementi chiave della nostra visione, integrati con una costante attenzione alla qualità del servizio clienti. Siamo consapevoli delle specificità di ogni mercato estero e affrontiamo l'espansione con un approccio mirato, volto a consolidare la nostra presenza nei mercati attuali e a sviluppare ulteriormente la distribuzione internazionale, rendendo Febal Casa un simbolo riconosciuto a livello globale per qualità e Design.” ha **affermato Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.**



Febal Casa raggiunge il traguardo di 235 negozi monomarca. Il 2024 si chiude con l'apertura di 42 nuovi punti vendita, 27 in Italia e 15 all'estero



Febal Casa chiude il 2024 con l'apertura di 42 nuovi punti vendita, 27 in Italia e 15 all'estero, raggiungendo il traguardo di 235 negozi monomarca di cui 195 sul territorio nazionale e 40 in altri paesi.

Con l'obiettivo di arrivare a 300 punti vendita entro la fine del 2025, lo sviluppo del brand in Italia e all'estero prosegue in linea con il piano strategico pluriennale che prevede il consolidamento in Italia e una grande spinta in alcune importanti macro-aree, come gli Stati Uniti, che rappresentano uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo.

Investimenti anche in Europa, attraverso la creazione di una rete di dealer che opera nel retail e che possa utilizzare bene la forza del Gruppo nel mercato contract e nell'area del Middle East, grazie al consolidamento di partnership con grossi player locali e in alcuni paesi del continente africano.

In dettaglio, Febal Casa ha inaugurato due store in Puglia, in provincia di **Bari**, rispettivamente di 400 mq e 160 mq; uno store di circa 250 mq nelle Marche, a **Pesaro**; due punti vendita in Sicilia, uno di 250 mq a **Palermo** e uno di 200 mq a **Messina**; un monomarca di 130 mq a Giaveno, in provincia di **Torino**. All'estero Febal Casa ha aperto 3 store negli USA: il Flagship di 600 mq a Miami, in Florida, un punto vendita di 300 mq a Scottsdale, in Arizona, e uno Orange County, in California. Quattro gli opening in Europa: uno store di 180 mq in **Grecia** a Giannina, due negozi in **Spagna**, uno di 90 mq a Marbella e uno di 120 mq a Maiorca,



un punto vendita di 200 mq a Baghdad in **Iraq**, uno store di 180 mq ad Al Kuwait in **Kuwait** e infine un negozio a Mascate in **Oman** di 200 mq.

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

Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini, sottolinea il ruolo strategico dei punti vendita monomarca nell'espansione e nell'identità di Febal Casa. *“Ogni nostri store è pensato per essere molto di più di un semplice luogo di acquisto: rappresenta uno spazio dove il cliente può vivere appieno la nostra visione di Design e qualità. Attraverso ambientazioni curate e proposte d'arredo integrate, i negozi Febal Casa offrono un'esperienza immersiva e coinvolgente, che riflette in ogni dettaglio l'essenza del nostro brand.”* afferma Colombini. *“Il modello monomarca rappresenta la pietra angolare della nostra strategia: combina la forza e la solidità di un marchio riconosciuto con la conoscenza approfondita dei mercati locali, grazie al lavoro dei nostri dealer. La nostra rete di store è progettata per offrire un'esperienza di marca coerente e distintiva, che rafforza il legame con i clienti e consolida la nostra presenza in ogni territorio,”* conclude il Presidente.

“Il nostro obiettivo è di raggiungere i 300 store monomarca Febal Casa entro la fine del 2025, un traguardo che rappresenta una tappa importante per l'espansione del marchio sia in Italia che a livello internazionale. Febal Casa si distingue come punto di riferimento per soluzioni d'arredo complete, coprendo ogni ambiente della casa, dalla cucina al soggiorno, fino alla zona notte. Questo piano di crescita ambizioso si basa su investimenti strategici in ambito produttivo, commerciale, tecnologico e nei sistemi informativi, oltre a un forte impegno nell'area Ricerca e Sviluppo. La scelta di partner locali e le collaborazioni strategiche rappresentano elementi chiave della nostra visione, integrati con una costante attenzione alla qualità del servizio clienti. Siamo consapevoli delle specificità di ogni mercato estero e affrontiamo l'espansione con un approccio mirato, volto a consolidare la nostra presenza nei mercati attuali e a sviluppare ulteriormente la distribuzione internazionale, rendendo Febal Casa un simbolo riconosciuto a livello globale per qualità e Design.” ha **affermato Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.**



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 235 negozi monomarca in vari paesi mondo.

Febal Casa chiude il 2024 con l'apertura di 42 nuovi punti vendita, raggiungendo il traguardo di 235

Il 2024 si chiude con l'apertura di 27 punti vendita in Italia e 15 all'estero. L'obiettivo del 2025 è quello di arrivare a 300 punti vendita. Febal Casa chiude il 2024 con l'apertura di 42 nuovi punti vendita, 27 in Italia e 15 all'estero, raggiungendo il traguardo di 235 negozi monomarca di cui 195 sul territorio nazionale e 40 in altri paesi. Con l'obiettivo di arrivare a 300 punti vendita entro la fine del 2025, lo sviluppo del brand in Italia e all'estero prosegue in linea con il piano strategico pluriennale che prevede il consolidamento in Italia e una grande spinta in alcune importanti macroaree, come gli Stati Uniti, che rappresentano uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo. Investimenti anche in Europa, attraverso la creazione di una rete di dealer che opera nel retail e che possa utilizzare bene la forza del Gruppo nel mercato contract e nell'area del Middle East, grazie al consolidamento di partnership con grossi player locali e in alcuni paesi del continente africano. In dettaglio, Febal Casa ha inaugurato due store in Puglia, in provincia di Bari, rispettivamente di 400 mq e 160 mq; uno store di circa 250 mq nelle Marche, a Pesaro; due punti vendita in Sicilia, uno di 250 mq a Palermo e uno di 200 mq a Messina; un monomarca di 130 mq a Giaveno, in provincia di Torino. All'estero Febal Casa ha aperto 3 store negli USA: il Flagship di 600 mq a Miami, in Florida, un punto vendita di 300 mq a Scottsdale, in Arizona, e uno Orange County, in California. Quattro gli opening in Europa: uno store di 180 mq in Grecia a Giannina, due negozi in Spagna, uno di 90 mq a Marbella e uno di 120 mq a Maiorca, un punto vendita di 200 mq a Baghdad in Iraq, uno store di 180 mq ad Al Kuwait in Kuwait e infine un negozio a Mascate in Oman di 200 mq. Il layout di tutti i nuovi punti vendita Febal Casa, che offrono un'ampia gamma di proposte Total Living, presenta l'idea di casa e di abitare contemporaneo del brand ed è pensato per valorizzare le varie collezioni e regalare ai clienti una esperienza d'acquisto unica. All'interno dei negozi i clienti possono usufruire di un servizio di consulenza e progettazione di alta qualità, visionare interi campionari e scegliere tra le diverse proposte personalizzate di arredo. Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini, sottolinea il ruolo strategico dei punti vendita monomarca nell'espansione e nell'identità di Febal Casa. "Ogni nostro store è pensato per essere molto di più di un semplice luogo di acquisto: rappresenta uno spazio dove il cliente può vivere appieno la nostra visione di Design e qualità. Attraverso ambientazioni curate e proposte d'arredo integrate, i negozi Febal Casa offrono un'esperienza immersiva e coinvolgente, che riflette in ogni dettaglio l'essenza del nostro brand. afferma Colombini. Il modello monomarca rappresenta la pietra angolare della nostra strategia: combina la forza e la solidità di un marchio riconosciuto con la conoscenza approfondita dei mercati locali, grazie al lavoro dei nostri dealer. La nostra rete di store è progettata per offrire un'esperienza di marca coerente e distintiva, che rafforza il legame con i clienti e consolida la nostra presenza in ogni territorio," conclude il Presidente. Il nostro obiettivo è di raggiungere i 300 store monomarca Febal Casa entro la fine del 2025, un traguardo che rappresenta una tappa importante per l'espansione del marchio sia in Italia che a livello internazionale. Febal Casa si distingue come punto di riferimento per soluzioni d'arredo complete, coprendo ogni ambiente della casa, dalla cucina al soggiorno, fino alla zona notte. Questo piano di crescita ambizioso si basa su investimenti strategici in ambito produttivo, commerciale, tecnologico e nei sistemi informativi, oltre a un forte impegno nell'area Ricerca e Sviluppo. La scelta di partner locali e le collaborazioni strategiche rappresentano elementi chiave della nostra visione, integrati con una costante attenzione alla qualità del servizio clienti. Siamo consapevoli delle specificità di ogni mercato estero e affrontiamo l'espansione con un approccio mirato, volto a consolidare la nostra presenza nei mercati attuali e a sviluppare ulteriormente la distribuzione internazionale, rendendo Febal Casa un simbolo riconosciuto a livello globale per qualità e Design. ha affermato Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini.



Febal Casa, isola Origina con ante tridimensionali firmata Libeskind

Febal Casa a quota 235 negozi monomarca

Con le 42 aperture di nuovi punti vendita nel 2024, Febal Casa raggiunge il traguardo dei 235 monomarca di cui 195 sul territorio nazionale e 40 in altri paesi

L'obiettivo di **Febal Casa** per il 2025 è di arrivare a **300 punti vendita** e le prospettive sono positive, visto che **il 2024 si chiude con 235 negozi monomarca**, grazie ai 42 nuovi punti vendita aperti durante l'anno, di cui 27 in Italia e 15 all'estero. Tra le novità, due store in Puglia, in provincia di **Bari**, di 400 mq e 160 mq; uno store di circa 250 mq nelle Marche, a **Pesaro**; due punti vendita in Sicilia, uno di 250 mq a **Palermo** e uno di 200 mq a **Messina**; un monomarca di 130 mq a **Giaveno**, in provincia di Torino. All'estero Febal Casa ha aperto 3 store negli Usa: il Flagship di 600 mq a **Miami**, in Florida, un punto vendita di 300 mq a **Scottsdale**, in Arizona, e uno a **Orange County**, in California. Quattro gli opening in Europa: uno store di 180 mq in Grecia a **Giannina**, due negozi in Spagna, uno di 90 mq a **Marbella** e uno di 120 mq a **Maiorca**, un punto vendita di 200 mq a **Baghdad** in Iraq, uno store di 180 mq ad **Al Kuwait** in Kuwait e un negozio a **Mascate** in Oman di 200 mq.

Lo sviluppo del brand in Italia e all'estero prosegue dunque in linea con il **piano strategico pluriennale** che prevede il **consolidamento in Italia** e una **grande spinta** in alcune importanti macro-aree, come gli **Stati Uniti**, che rappresentano uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo. Investimenti anche in Europa, attraverso la creazione di **una rete di dealer** che opera nel retail e che possa utilizzare bene la forza del Gruppo nel **mercato contract** e nell'area del **Middle East**, grazie al consolidamento di partnership con grossi player locali e in alcuni paesi del continente africano.

consolidamento di partnership con grossi player locali e in alcuni paesi del continente africano.



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

*“Ogni nostro store - sottolinea **Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini** di cui il brand è parte - rappresenta uno spazio dove il cliente può vivere appieno la nostra visione di design e qualità. Attraverso ambientazioni curate e proposte d’arredo integrate, i negozi Febal Casa offrono **un’esperienza immersiva e coinvolgente**. Il **modello monomarca** rappresenta la pietra angolare della nostra strategia: combina la forza e la solidità di un marchio riconosciuto con la conoscenza approfondita dei mercati locali, grazie al lavoro dei nostri dealer”.*

*“Il nostro obiettivo - ha affermato **Giovanni Battista Vacchi, a.d. del Gruppo Colombini** - è di raggiungere i 300 store monomarca Febal Casa entro la fine del 2025, un traguardo che rappresenta una tappa importante per l’espansione del marchio sia in Italia che a livello internazionale. Questo piano di crescita ambizioso si basa su **investimenti strategici in ambito produttivo, commerciale, tecnologico e nei sistemi informativi**, oltre a un forte impegno nell’area **Ricerca e Sviluppo**. La scelta di partner locali e le collaborazioni strategiche rappresentano elementi chiave della nostra visione, integrati con una costante attenzione alla qualità del servizio clienti. Siamo consapevoli delle specificità di ogni mercato estero e affrontiamo l’espansione con un approccio mirato”.*

Febal Casa nel 2024 ha aperto 42 store (15 dei quali all'estero)

Febal Casa raggiunge il traguardo di 235 negozi monomarca e si avvicina all'obiettivo di arrivare a 300 punti vendita entro la fine del 2025



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

Febal Casa chiude il 2024 con l'apertura di 42 nuovi punti vendita, 27 in Italia e 15 all'estero, raggiungendo il traguardo di 235 negozi monomarca di cui 195 sul territorio nazionale e 40 in altri paesi.

Con l'obiettivo di arrivare a 300 punti vendita entro la fine del 2025, lo sviluppo del brand in Italia e all'estero prosegue in linea con il piano strategico pluriennale che prevede il consolidamento in Italia e una grande spinta in alcune importanti macro-aree, come gli Stati Uniti, che rappresentano uno dei mercati più dinamici e competitivi del mondo. Investimenti anche in Europa, attraverso la creazione di una rete di dealer che opera nel retail e che possa utilizzare bene la forza del Gruppo nel mercato contract e nell'area del Middle East, grazie al consolidamento di partnership con grossi player locali e in alcuni paesi del continente africano.

In dettaglio, Febal Casa ha inaugurato due store in Puglia, in provincia di **Bari**, rispettivamente di 400 mq e 160 mq; uno store di circa 250 mq nelle Marche, a **Pesaro**; due punti vendita in Sicilia, uno di 250 mq a **Palermo** e uno di 200 mq a **Messina**; un monomarca di 130 mq a Giaveno, in provincia di **Torino**.

All'estero Febal Casa ha aperto 3 store negli USA: il Flagship di 600 mq a Miami, in Florida, un punto vendita di 300 mq a Scottsdale, in Arizona, e uno Orange County, in California. Quattro gli opening in Europa: uno store di 180 mq in **Grecia** a Giannina, due negozi in **Spagna**, uno di 90 mq a Marbella e

uno di 120 mq a Maiorca, un punto vendita di 200 mq a Baghdad in **Iraq**, uno store di 180 mq ad Al Kuwait in **Kuwait** e infine un negozio a Mascate in **Oman** di 200 mq.

Emanuel Colombini, Presidente del Gruppo Colombini, sottolinea il ruolo strategico dei punti vendita monomarca nell'espansione e nell'identità di Febal Casa. *“Ogni nostri store è pensato per essere molto di più di un semplice luogo di acquisto: rappresenta uno spazio dove il cliente può vivere appieno la nostra visione di Design e qualità. Attraverso ambientazioni curate e proposte d'arredo integrate, i negozi Febal Casa offrono un'esperienza immersiva e coinvolgente, che riflette in ogni dettaglio l'essenza del nostro brand.”* afferma Colombini. *“Il modello monomarca rappresenta la pietra angolare della nostra strategia: combina la forza e la solidità di un marchio riconosciuto con la conoscenza approfondita dei mercati locali, grazie al lavoro dei nostri dealer. La nostra rete di store è progettata per offrire un'esperienza di marca coerente e distintiva, che rafforza il legame con i clienti e consolida la nostra presenza in ogni territorio,”* conclude il Presidente.

“Il nostro obiettivo è di raggiungere i 300 store monomarca Febal Casa entro la fine del 2025, un traguardo che rappresenta una tappa importante per l'espansione del marchio sia in Italia che a livello internazionale. Febal Casa si distingue come punto di riferimento per soluzioni d'arredo complete, coprendo ogni ambiente della casa, dalla cucina al soggiorno, fino alla zona notte. Questo piano di crescita ambizioso si basa su investimenti strategici in ambito produttivo, commerciale, tecnologico e nei sistemi informativi, oltre a un forte impegno nell'area Ricerca e Sviluppo. La scelta di partner locali e le collaborazioni strategiche rappresentano elementi chiave della nostra visione, integrati con una costante attenzione alla qualità del servizio clienti. Siamo consapevoli delle specificità di ogni mercato estero e affrontiamo l'espansione con un approccio mirato, volto a consolidare la nostra presenza nei mercati attuali e a sviluppare ulteriormente la distribuzione internazionale, rendendo Febal Casa un simbolo riconosciuto a livello globale per qualità e Design.” ha affermato **Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini**.

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 235 negozi monomarca in vari paesi mondo.

Retail in espansione

Nuove aperture in Italia e all'estero portano Febal Casa a 235 punti vendita, con obiettivo di 300 entro il 2025



Febal Casa

Parte del **Gruppo Colombini**, fondato nel 1965, **Febal Casa** offre arredamenti completi per tutta la casa e progetti chiavi in mano. Nel 2024, il marchio ha aperto 42 nuovi punti vendita, di cui 27 in Italia e 15 all'estero, portando il totale a 235. La maggior parte delle sedi è in Italia, con 195 negozi, mentre 40 si trovano in altri paesi. L'obiettivo per il 2025 è di raggiungere 300 punti vendita, in linea con un piano strategico che prevede il consolidamento del marchio sia a livello nazionale che internazionale. L'azienda sta concentrando gli sforzi su mercati chiave come gli Stati Uniti, e su regioni come l'Europa e il Medio Oriente, attraverso partnership con operatori locali. In Italia, le nuove aperture comprendono negozi in Puglia, Marche, Sicilia e Piemonte, con superfici variabili dai 130 ai 400 metri quadrati. Negli Stati Uniti, le iniziative includono un flagship store a Miami e altri negozi in Arizona e California. Ulteriori inaugurazioni si sono svolte in Grecia, Spagna, Iraq, Kuwait e Oman.



Il layout dei nuovi negozi è mirato a presentare le collezioni del brand Febal Casa, offrendo spazi pensati per valorizzare le proposte d'arredo. I clienti possono accedere a servizi di consulenza e progettazione personalizzati. **Emanuel Colombini**, Presidente del Gruppo Colombini, ha evidenziato l'importanza dei punti vendita monomarca per l'espansione di Febal Casa. Questi spazi non si limitano ad essere locali di vendita, ma rappresentano l'identità del marchio nel design e nella qualità. Il modello di negozio monomarca è considerato un elemento cruciale per la strategia aziendale, combinando il riconoscimento del marchio con la comprensione dei mercati locali. **Giovanni Battista Vacchi**, Amministratore Delegato del Gruppo, ha sottolineato che Febal Casa si distingue per soluzioni d'arredo complete, e continuerà a perseguire una crescita sostenuta tramite investimenti in varie aree strategiche, valorizzando la qualità del servizio offerto ai clienti e adattando l'espansione alle specificità dei mercati internazionali.