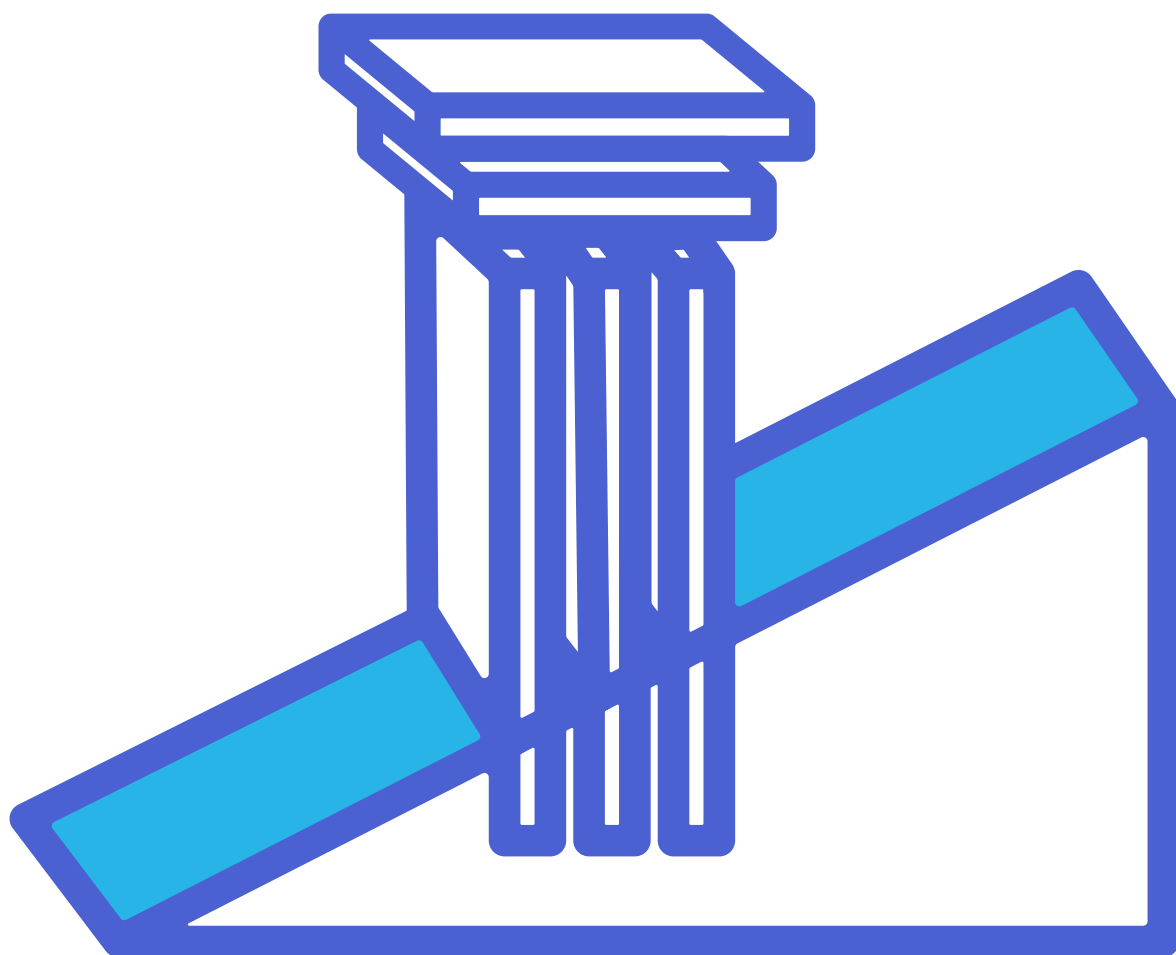

Rassegna Stampa

Febbraio 2025

The logo for Febal Casa, featuring the words "febal" and "casa" in white lowercase letters stacked vertically on a red square background.

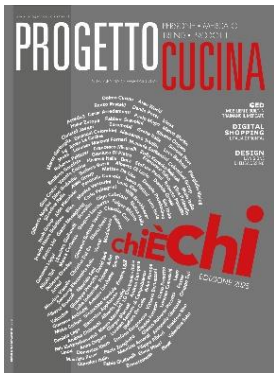
febal
casa



Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Progetto Cucina	gennaio – febbraio 2025	Articolo dedicato a Colombini Group e ai punti vendita Febal Casa aperti nel 2024
Ambiente Cucina	gennaio – febbraio 2025	Articolo dedicato al Gruppo Colombini e Febal Casa con intervista al Presidente e all'Amministratore Delegato
Living (Corriere della Sera)	febbraio 2025	Uscita prodotto: letto DESIRE





Testata: Progetto Cucina
Data: gennaio-febbraio 2025

www.progettocucinabiz.it

PROGETTO CUCINA

PERSONE • MERCATO
TREND • PRODOTTI

N.1/2 GENNAIO-FEBBRAIO 2025

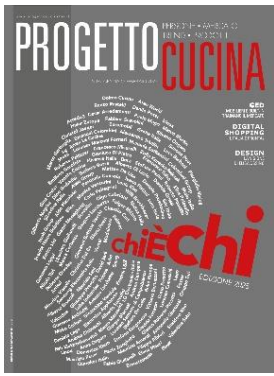
GED
MOBILIERI E BUILT-IN
TRAINANO IL MERCATO

DIGITAL SHOPPING
L'ITALIA È PRONTA?

DESIGN
LA VISIONE
DI ELISA OSSINO

chiÈchi
EDIZIONE 2025

(Circular list of names and brands including: Doimo Cucine, Aran World, Renzo Rastelli, Danilo Poser, Cesar Arredamenti, Paolo Magri, Haier Europe, Fabiana Scavolini, Euromobil, Grohe Italia, Irinox, Christof Jaeger, Alessandro Trivillin, Silvano Ongaro, Emanuel Colombini, Manuela Soffientini, Luca Barboni, Marco Garbuglia, Lorenzo Fornari, Francesco Misurelli, Marco Marconi, Gianluca Di Pietro, Zofia Korecka-Rejczak, Simone Poort, Stosa, Arrex Le Cucine, Bora, Francesco Salza, Luca Colombini, Piergiulio Bizioli, Roberto Pellizzer, Hisense Italia, Alberto Di Luzio, Stefano Pasini, Roberto Pizzurto, Emiliano Garofalo, Barbara Borra, Matteo De Lise, Ivano Fistani, Daniele Prodocimo, Gina Cester, Veneta Cucine, Asso Group, Pasquale Consola, Louis Kim, Daniele Grassi, Imab Group, Aldo Pizzolato, Monica Venturini, Olga Cabroni, Miele Italia, Silverline Italia, Carlo Pellegrini, Willi Bruckbauer, Fulgor Milano, Midea Italia, Enrico Lini, Elica, Gaspere Lucchetta, Claudio Curi, Massimo Giuliani, Scavolini, Giovanni Battista Vacchi, Falmecc, Maura Corbetta, Vestel, Modulinova, Damiano Loppi, Christian Dal Bo, Gloria Pozzi, Fredrik Lööf, Nicola Turi, Roberto Dreolini, Giovanni Battista Vacchi, Smeg, Samsung Electronics Italia, Asko, LG Electronics Italia, Maurizio Bruscoli, Antonio Prisma, Andrea Campara, Valcucine, Giuseppe Maurio, Mauro Scavolini, Andrea Campara, Giacomo Archiurti, Lube Industries, Stefano De Colle, Belko Europe, Mirko Carloni, Electrolux Appliances, Stefano De Colle, Dario Bertazzoni, Daniele Lago, Andrea Ciabusch, Mauro Scavolini, Dario Bertazzoni, Bsh Elettrodomestici, Mauro Scavolini, Dario Bertazzoni, Lorenzo Pizzurto, Lago, Unox, Anna Ongaro, Stefano Bertazzoni, Lorenzo Pizzurto, Foster, Domenico Rizzo, Paolo Zonghetti, Maurizio Amanzi, Antonello Giustozzi, Gruppo Turi, Maurizio Poser, Paolo Zonghetti, Maurizio Amanzi, Elena Mauri, Snaidero Rino, Valentina Saba, Quooker Italia, Fabio Giuliani, Ernestomeda, Elmar)



Testata: Progetto Cucina
Data: gennaio-febbraio 2025

SOMMARIO

10



33 SPECIALE CHI È CHI 2025
La storia, i valori e la mission, ma soprattutto i volti e i nomi dei manager delle aziende di riferimento in Italia. Progetto Cucina offre ai professionisti del settore uno strumento sempre più completo e insostituibile

12

News

Tutte le novità dal mercato

16

Inchiesta

Grande elettrodomestico: mobiliari e Built-in trainano il mercato

20

Attualità

2025: si parte con i Bonus

22

Ricerche

Digital shopping: l'Italia è pronta?

24

Design

La visione di Elisa

28

Homes & Interiors

Haus M+M, tra passato e presente

33

Chi è chi dei Produttori dei Mobili da Cucina

34 Aran World

36 Arredo3

38 Arrex Le Cucine

40 Colombini Group

42 Elmar

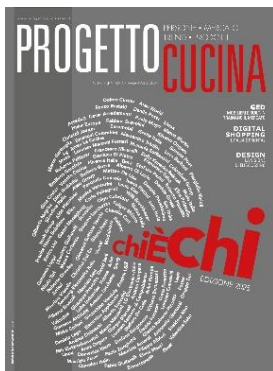
43 Ernestomeda

44 Euromobil

45 Gruppo Turi

46 Lago

47 Lube Industries



Testata: Progetto Cucina
Data: gennaio-febbraio 2025

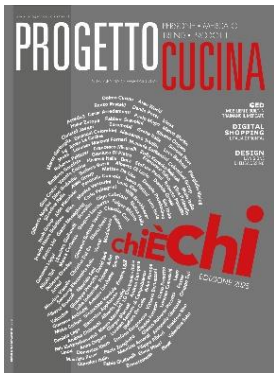


Lo Store di Ventimiglia, uno dei 27 aperti in Italia nel corso del 2024

NEL 2024 FEBAL CASA BALZA DA 190 A 235 PUNTI VENDITA

*Dei 42 nuovi store aperti nel 2024, 15 sono
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. Si avvicina l'obiettivo di arrivare a 300 punti vendita entro la fine del 2025.



Testata: Progetto Cucina
Data: gennaio-febbraio 2025

CHIÈCHI

Colombini Group

Strada Ca' Valentino, 124 - 47891 Rovereta di Falciano, Repubblica di San Marino
www.colombinigroup.com

Il Gruppo Colombini, fondato nel 1965 dall'omonima famiglia nella Repubblica di San Marino, è tra i principali player europei nel settore dell'arredamento con i marchi Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Colombini Group Contract e Offic'è. Il Gruppo vanta una superficie produttiva di circa 250 mila metri con una produzione altamente automatizzata. Il processo produttivo è totalmente integrato verticalmente dall'acquisto delle materie prime al prodotto finito. L'ampia rete distributiva, costituita da 11.000 rivenditori, tra cui oltre 200 negozi monomarca con il brand Febal Casa nel mondo, è in grado di assicurare la copertura del mercato retail e soluzioni personalizzate anche per Colombini Group Contract. I continui investimenti in ricerca e sviluppo garantiscono la possibilità di offrire al mercato un prodotto di riferimento ad alta prestazione, grazie anche al controllo dell'intera filiera che consente di attuare una programmazione mirata e orientata alla redditività. Design creato su misura per le esigenze del cliente, qualità nei materiali, versatilità, attenzione e cura per i dettagli e servizi di assistenza, sono gli elementi distintivi dei brand del Gruppo. Trasformare il modo in cui le persone vivono e si emozionano, attraverso l'arredamento e il design è la mission del Gruppo, attraverso lo sviluppo di prodotti e servizi sempre innovativo.



EMANUEL COLOMBINI
Presidente



GIOVANNI BATTISTA VACCHI
Amministratore Delegato



Testata: Ambiente Cucina
Data: gennaio-febbraio 2025

020 55511111



Punta di diamante della collezione Cucina di Febal Casa, **Origina** si declina anche con l'innovativa **anta Libeskind022** disegnata da **Daniel Libeskind**

TOTAL LIVING e total experience

LA FORMULA FEBAL CASA È LA MASSIMA ESPRESSIONE DELLA DINAMICITÀ DI COLOMBINI GROUP. **UN HUB ESPERIENZIALE DEDICATO ALL'ARREDO COMPLETO DELLA CASA CHE SA DIALOGARE CON I CLIENTI DI TUTTO IL MONDO**

DI RAFFAELLA RAZZANO



Emanuel Colombini,
presidente del Gruppo Colombini

Colombini Group chiude il 2024 con ricavi stimati in linea con il 2023 e con un **Ebitda in valore assoluto in crescita del 13%**. Complessivamente, lo scorso anno, sono stati prodotti 320 mila ambienti di cui **12 mila cucine**, 24 mila soggiorni completi, 66 mila zone notte, 54 mila armadiature e 164 mila altre configurazioni di mobili componibili.

Il Gruppo si caratterizza per una forte integrazione verticale che consente di seguire l'intera filiera produttiva, garantendo qualità e innovazione. Per il 2025, il focus sarà sullo sviluppo all'estero, sull'efficienza produttiva, supportata dall'intelligenza artificiale e sulla crescita della rete retail. In Italia l'obiettivo il nuovo anno è l'apertura di circa 25 punti vendita Febal Casa, che contribuiranno a consolidare la posizione del mercato domestico. Ne parla il presidente Emanuel Colombini.

Come si è evoluta la formula dei punti vendita Febal Casa?

I negozi Febal Casa si sono trasformati in veri hub esperienziali, dedicati all'arredo completo della casa e caratterizzati da sistemi e soluzioni integrate per i diversi ambienti. L'obiettivo è offrire una brand experience coerente e appagante in tutte le fasi della journey del cliente. I layout sono pensati per esprimere la cultura del bello, con esposizioni incentrate sul concept di total living: un racconto di stile che coinvolge l'intera esperienza abitativa. Entrando in uno store Febal Casa, il cliente trova coerenza, accoglienza e armonia, tratti distintivi del nostro brand.

Esiste ancora spazio per i negozi indipendenti?

Sì, ma con un focus in costante ascesa sul format monomarca grazie alla sua capacità di garantire un'esperienza di marca



Testata: Ambiente Cucina
Data: gennaio-febbraio 2025

uniforme e un'elevata qualità progettuale. La strategia retail del Gruppo mira a costruire una rete integrata, valorizzando la forza del brand e la conoscenza del mercato locale dei dealer che assicura coerenza nell'esperienza di marca e una più elevata capacità progettuale.

Quali sono i servizi su cui puntate?

Puntiamo su servizi di consulenza personalizzata, progettazione su misura e materiali diversificati per rispondere a tutte le esigenze. Investiamo nella formazione del personale per garantire un'esperienza cliente di alto livello. La formazione è un pilastro fondamentale: la Colombini Academy, suddivisa in Sales Academy e Production Academy è una vera e propria scuola interna e offre percorsi di eccellenza per la formazione e l'aggiornamento del personale e dei partner commerciali di tutti i brand del Gruppo. Tra i format spicca il Master Febal Casa Avanzato, che migliora le capacità di progettazione e potenzia le tecniche di cross e upselling.

Investimenti in R&D, distribuzione, comunicazione, qual è la voce più importante per il 2025?

Per il 2025, l'investimento principale del Gruppo sarà focalizzato sulla ricerca e sviluppo (R&D) e sulla sostenibilità, con particolare attenzione all'intelligenza artificiale, all'efficienza produttiva e ai materiali innovativi. Lo scorso anno oltre 15 milioni di euro sono stati destinati all'espansione produttiva e al retail, il percorso continuerà con l'applicazione di nuove soluzioni di Intelligenza Artificiale. Per il prossimo anno investiremo ancora di più nel retail, proponendo un nuovo concept per i negozi Febal Casa. Inoltre, stiamo studiando come utilizzare l'AI non solo per ottimizzare la programmazione della produzione, ma anche nello sviluppo prodotto, nel marketing strategico e nel customer service, per migliorare l'efficienza e rispondere meglio alle esigenze dei clienti. Sul fronte della sostenibilità, siamo molto attenti nella selezione dei fornitori, utilizzando pannelli CARB2 a ridotte emissioni, realizzati con materiali riciclati, in un impegno costante per ridurre l'impatto ambientale. Nel DNA aziendale c'è inoltre la volontà di sviluppare collaborazioni con importanti firme del design internazionale, come quella con Daniel Libeskind. Nel 2025, annunceremo un'altra prestigiosa collaborazione, che presenteremo al prossimo FuoriSalone, confermando l'impegno nell'innovazione e nell'eccellenza del design.

ESTERO: OBIETTIVI AMBIZIOSI



Giovanni Battista Vacchi,
Amministratore delegato del
Gruppo Colombini

Il Gruppo sta attuando un importante piano di sviluppo internazionale, senza comunque trascurare l'importanza del mercato italiano. «Per le aziende come la nostra guardare oltre confine 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» spiega Giovanni Battista Vacchi Amministratore delegato del Gruppo Colombini.

Incidenza dell'export: dove siete e dove volete arrivare?
Attualmente, l'export rappresenta il 15% del fatturato del Gruppo, il nostro obiettivo è arrivare a circa 20-25% entro i prossimi cinque anni. Febal Casa oggi

conta su una rete di 235 negozi monomarca, di cui 195 in Italia e 40 in vari Paesi del mondo. Vogliamo raggiungere i 300 punti vendita sul territorio nazionale e arrivare a 150 store all'estero.

Quali sono i mercati più forti e quelli in cui volete crescere?

In merito all'espansione del Gruppo, i mercati prioritari su cui puntiamo, sono le Americhe, il Middle East ed alcune regioni dell'Europa, con focus su Francia, Spagna e Svizzera, dove stiamo sviluppando una rete di dealer specializzati nel retail, in grado di valorizzare anche le opportunità nel settore contract. Il Medio Oriente è un'area strategica, con particolare attenzione agli Emirati Arabi, l'Arabia Saudita e l'Oman, dove collaboriamo con partner locali consolidati per sviluppare il mercato, sostenuti dai grandi progetti di real estate, dove abbiamo già avviato iniziative rilevanti. Per quanto riguarda le Americhe, il Gruppo ha invece in programma, un ambizioso piano di sviluppo monomarca nelle principali città statunitensi, oltre alle attività correnti di sviluppo retail e contract nel centro e sud America.

Come state approcciando il mercato Usa?

Il mercato USA è da sempre il mercato di riferimento più importante e dinamico per le

aziende che intraprendono una crescita globale. I consumatori statunitensi apprezzano molto l'Italian Lifestyle e ritengo che il nostro prodotto, di design e di alta qualità, con un prezzo competitivo possa essere vincente su questo mercato in cui vogliamo investire e crescere. Florida, Arizona e California sono i primi tre stati che abbiamo scelto di presidiare con l'obiettivo di raggiungere le circa 20 aperture entro il 2029. Nel mese di novembre abbiamo inaugurato il nostro Flagship Store a Miami e il punto vendita di Scottsdale in Arizona; a dicembre abbiamo aperto uno store monomarca a Orange County, in California. Abbiamo una struttura locale per supportare in maniera adeguata la crescita in USA: due anni fa abbiamo costituito la Colombini Group of Americas con un team dedicato e un management con 30 anni di esperienza sul territorio. La nostra strategia si basa sulla costruzione di un posizionamento High-End con una presenza forte e distintiva, accompagnata da un'offerta equilibrata in termini di prodotto, prezzo e servizio. Credo fermamente che aziende 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.



L'edificio di Miami (USA) in cui si colloca il nuovo flagship store Febal Casa inaugurato a novembre 2024



Testata: Living (Corriere della Sera)
Data: febbraio 2025



38

38. FEBAL CASA

Desire, letto con testata alta a fasce orizzontali sfalsate e giroletto rivestiti in tessuto Perkec Root, cm 283x205x156 h. In abbinamento, comodino Dido in nobilitato rovere asiatico, con top e zoccolo in laccato opaco grigio
> FEBALCASA.COM