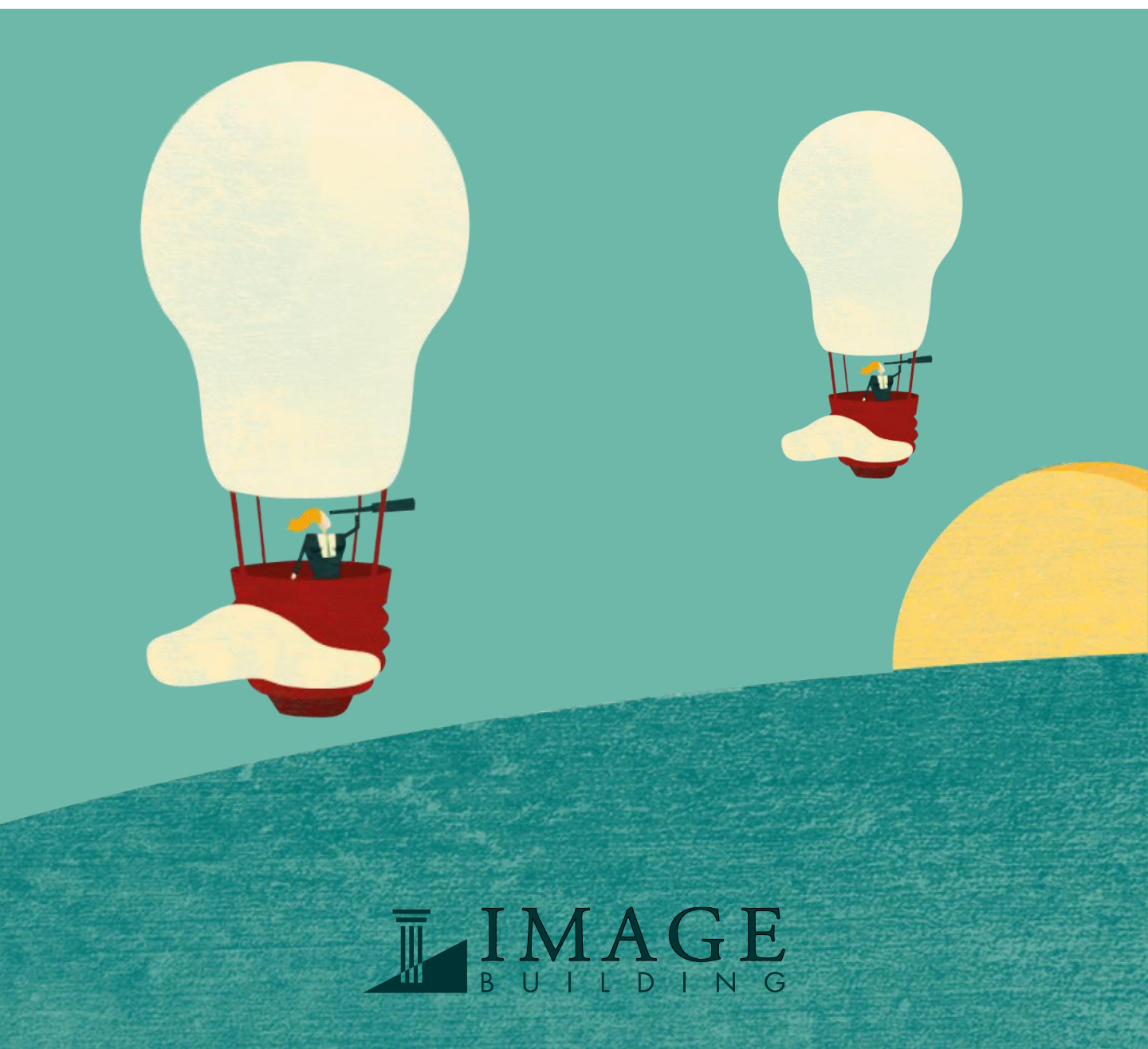


RASSEGNA STAMPA



Dicembre 2023



ELENCO ARTICOLI_1

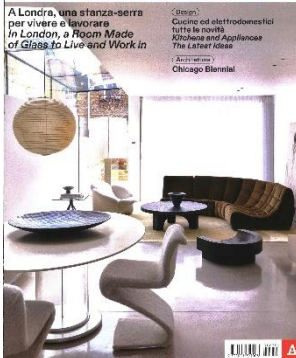
TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Abitare	dicembre 2023	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Ambiente Cucina	dicembre 2023	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Casa Facile	dicembre 2023	Uscita prodotto: camera MOMENTI
Pambiancodaily Design	1 dicembre 2023	Uscita prodotto: sistema ORIGINA
Design.pambianconews.com	15 dicembre 2023	Articolo dedicato alla collezione LIBESKIND022
Ambientecucinaweb.it	20 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Giornalesm.com	20 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Engage.it	20 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Globalmedianews.info	20 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Goldenbackstage.com	20 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Mediakey.tv	20 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Youmark.it	20 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Italia Oggi	21 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
L'Informazione di San Marino	21 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Pubblicom Now!	21 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Touchpoint Today	21 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Sanmarinofixing.com	21 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
E-duesse.it	21 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa



ELENCO ARTICOLI_2

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Spotandweb.it	21 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Touchpoint.news	21 dicembre 2023	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa





Testata: Abitare
Data: dicembre 2023

Dossier

630

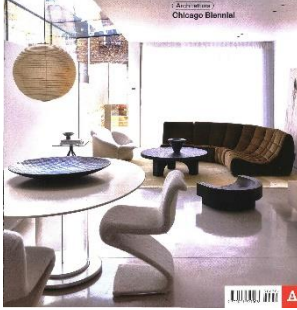
Kitchen

Metalli di sapore industriale, vetri specchianti e pietre, spesso abbinati al legno. I nuovi focolari domestici puntano sulla ricchezza di materiali e finiture • *Metals with an industrial flavour, mirrored glass, and natural stone, often combined with wood. The latest kitchens for the home are a riot of rich materials and finishes*

A cura di Benedetto Merzullo e Francesca Tagliabue

A Londra, una stanza-serra per vivere e lavorare.
In London, a Room Made of Glass to Live and Work in

Green
Cucine ed elettrodomestici
Tutto in novità
Kitchens and Appliances
The Latest Ideas
Autunno
Chicago Biennial



Testata: Abitare Data: dicembre 2023

FEBAL CASA, ORIGINA Contenitore con schienali e mensole di laccato opaco grigio piombo. Dotato di ante rientranti, è dedicato al vino e attrezzato con cantinette refrigerate, porta bottiglie, mensole e accessorio porta calici.

● The backs and shelves on this storage unit have a lead-grey matt lacquered finish. It is fitted with retractable fronts, and intended for use as a wine store, with chilled cabinets, bottle racks, shelves and a glass holder section. Two-module cabinet: 284x64 cm, height 266 cm. febalcasa.com





Testata: Ambiente Cucina Data: dicembre 2023

DESIGNER WALLS

With less masonry work and larger spaces to work with, designers have been reinventing the contemporary role of two elements that have become multi-element furnishings in their own right: the bookcase and the wall paneling system. The former goes beyond its basic purpose as a place to keep books: in the living room which borders the kitchen the bookcase is selected to redesign spaces, to divide and connect, composing an elegant array of shapes and objects, solids and voids. As for wall paneling, the changes are even more profound and complex, because it has developed its function as an accessory bearing cladding to the maximum, expanding its functional features and its aesthetic and stylistic appeal, skillfully combining rooms that serve different purposes. Multifunctional and flexible walls, bookcases and paneling systems with a connective role for the entire daytime space.

IN TEMA DESIGN WALL

CADUTI I MURI E ALLARGATI GLI SPAZI, IL DESIGN HA PROVEDUTO A REINVENTARE IL RUOLO CONTEMPORANEO DI **DUE ELEMENTI DIVENTATI ARREDI MULTIPLI A TUTTI GLI EFFETTI**: LA LIBRERIA E LA BOISERIE. LA PRIMA HA DA TEMPO PERDUTO LA CARATTERISTICA STORICA, PERCHÉ NEL LIVING APERTO SULLA CUCINA **LA LIBRERIA È SELEZIONATA PER RIDISEGNARE SPAZI, DIVIDERE E COLLEGARE**, COMPORRE UN ELEGANTE TANGRAM DI FORME E OGGETTI, PIENI E VUOTI, VEDO E NON VEDO. **PER LA BOISERIE, IL MUTAMENTO È ANCORA PIÙ ARTICOLATO**, PERCHÉ HA EVOLUTO SIA LE CARATTERISTICHE FUNZIONALI SIA QUELLE ESTETICHE E STILISTICHE. ENTRAMBE ELEMENTI MULTITASKING E FLESSIBILI, **PARETI DAL RUOLO CONNETTIVO - APERTO E MODULARE - PER L'INTERA AREA GIORNO**



Testata: Ambiente Cucina Data: dicembre 2023

FEBAL CASA

Nella soluzione a penisola, con piano snack Totem in Fenix Blue Strab, la cucina **Origina** è proposta con un sistema identificativo, ispirato ai complementi della zona giorno: è la boiserie **Moove Slim**, con schienale in Neolith Calacatta Silk, come il top, dotato di **binari in alluminio con luce integrata che supportano accessori di design** tra cui mensoline sottili, portacalici, ripiani a L, portacottelli, vaschette per pianine. La boiserie è realizzata in soluzioni angolari e con schienali in spessore 12 o 20 mm in laminati, gres o quarzi abbinabili al top. Scora, il pensile da 180 cm in nobilitato Eucalpto ad arca unica con capoa Integrata. L'armadiatura in nobilitato Eucalpto è intercalata dalle due colonnine a giorno Daily in laccato opaco mastice, come le basi ad angolo.



FEBAL CASA

In this peninsula solution, with Totem snack top in Blue Strab Fenix, the **Origina** kitchen is seen with its own characteristic system, inspired by the accessories of the living area: the **Moove Slim** paneling, with back panel in the same Silk Neolith Calacatta as the top, and feet with aluminum tracks (with integrated lighting) that support designer accessories including slimline shelves, glass holders, L-shaped shelves, knife holders and trays for plates.

The paneling comes in corner solutions and with 12- or 20-mm-thick backs in laminate, stoneware or quartz that can be combined with the tops. Above, the 180 cm wall unit in Eucalyptus melamine with a single door and integrated hood. The Eucalyptus melamine cabinetry is combined with two Daily open columns in mat. mastic lacquer work, like the corner base units.



Testata: Casa Facile
Data: dicembre 2023



SPAZI JUNIOR per ogni età

11-16 ANNI

La stanza degli adolescenti deve avere tanto spazio per il contenimento e per il relax anche in compagnia degli amici, più una scrivania abbastanza grande per studiare ma anche per giocare con il computer.

IL LETTO può essere singolo o da una piazza e mezza: come base scegli una rete a doghe a portanza differenziata e un materasso che supporti al massimo la spina dorsale durante questa fase della crescita; è perfetto il memory foam con densità a

portanza calibrata e con rivestimento asportabile anallergico e lavabile.

LA SCRIVANIA deve avere un'altezza compresa tra 70 e 75 cm da terra, profondità di cm 50/60 e lunghezza di almeno 80 cm: così ci stanno comodamente il computer, la tastiera, la consolle per videogiochi e i libri. Sceglila antimacchia.

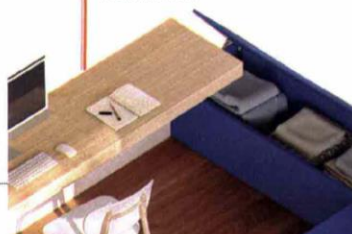
I CONTENITORI non bastano mai e devono permettere un uso flessibile per accessori, attrezzature e vestiti.

INDISPENSABILI

- Le basi con contenitori sono utilissime, non solo perché si possono riempire con libri e oggetti ma perché, magari completate da cuscini, diventano delle comode sedute.
- L'apertura dei vari moduli non deve creare incidenti: per questo i pianeali devono essere dotati di pistoni con chiusura e apertura rallentate.



QUESTA CAMERA È: Momenti di [Febal Casa] con letto contenitore Flotta Blu indaco con rete rialzabile [cm 87,8x200x34h da € 690], box Flotta [cm 30x60x35,8h da € 240], 2 mensole scrittoio Podio Noce naturale [cm 49x90 da € 238].





VINCE LA 18ESIMA EDIZIONE

Design Holding
conquista la vetta
del Pambianco
Award
leQuotabili23

Design Holding vince nella categoria design del Pambianco Award leQuotabili23. A ritirare il premio durante la serata della 18esima edizione del premio, a Palazzo Mezzanotte, è stato il CEO Daniel Lalonde. Design Holding è un'azienda internazionale attiva nel settore del design di alta gamma e ha un portafoglio di nove marchi: Flos, B&B Italia, Louis Poulsen, Maxalto, Arclinea, Azucena, Fendi Casa, Audio Copenhagen e Lumens.





LE MIGLIORI FUTURE ACQUISIZIONI

[Ikea è primo tra le Small e le Quotabili e in via Manzoni](#)



IN ARRIVO IL BONUS DIPENDENTI

[Ikea quintuplica l'utile a 1,5 miliardi di euro per l'anno fiscale 2023](#)



CONTEST INTERNAZIONALE

[Veronesi \(Calzedonia\): "Cercasi idee per la rinascita dell'ex Seminario San Massimo"](#)



IL CEO E LA SCELTA
DIRETTIVA

[Busnelli si prende degli Angiuoni](#)



OBBIETTIVO NAUTICA DI LUSO

[Margraf si espande con l'acquisizione di Marmi Vrech](#)



AL VIA IL PROGRAMMA 2024

[Triennale Milano illustra le mostre su Gae Aulenti, Mendini e Sambonet](#)



DESIGN FLUIDO E MULTIFUNZIONALE

[Febal Casa presenta il sistema di cucine Origina](#)

Funzionalità, equilibrio di forme e innumerevoli possibilità di composizione e personalizzazione. Assieme alla giusta dose di rimandi materici, sono questi gli elementi narrativi del sistema cucine Origina di Febal Casa, creato sotto la direzione di Andrea Federici. La cucina è l'ambiente che, oltre ad...

HOTELLERIE





Origina Anta Telaio Alluminio Febal Casa

Febal Casa presenta il sistema di cucine Origina

by PambiancoNews

Funzionalità, equilibrio di forme e innumerevoli possibilità di composizione e personalizzazione.

Assieme alla giusta dose di rimandi materici, sono questi gli elementi narrativi del sistema cucine **Origina** di **Febal Casa**, creato sotto l'art direction di **Andrea Federici**.

La cucina è l'ambiente che, oltre ad avere una funzione pratica, è espressione della convivialità quotidiana. Con queste nuove composizioni il brand del **Gruppo Colombini** pone il focus sull'individuo e sulle sue esigenze nello spazio abitativo. Il design lascia libertà di interpretazioni personali, mantenendo un risultato rigorosamente minimal e di design, a seconda della scelta di modularità, finiture, accessori e dettagli. La linea nasce da un'idea di casa intesa come spazio aperto, dove gli ambienti possano interagire e integrarsi tra di loro in modo spontaneo. Il sistema cucine **Origina** è infatti sempre di più un'estensione del living, diventando scenario ideale dell'abitare contemporaneo.



Origina Anta Profilo Alluminio Febal Casa

Origina Anta Telaio Alluminio è una composizione essenziale, definita da geometrie rigorose.

L'alternanza di volumi semplici è interrotta dall'ampio schienale di vetro retroilluminato che sembra voler stabilire un rapporto con lo spazio esterno. Lo schienale in vetro, abbinato al sistema Modular, restituisce una valenza sia funzionale che estetica. Il top a sbalzo in laminato rovere africano è sospeso tra due blocchi cucina caratterizzati da una palette senza eccessi. L'innovativo sistema di ante a scomparsa della parete armadi rivela una serie di pratiche attrezzature. Doppio forno, piani di lavoro estraibili in acciaio e cassetti dall'ampia capacità di storage.

Il modello *Origina Anta Profilo Alluminio* si distingue per l'anta *Libeskind022*, nata dalla speciale collaborazione con l'architetto **Daniel Libeskind**. Punto focale della stanza, l'anta coglie in pieno l'esigenza tutta contemporanea di creare spazi abitativi sempre più fluidi, dove la zona living si sovrappone e fonde con la cucina. Basi, pensili, accessori e piani di lavoro possono così essere celati alla vista all'interno di doppie ante rientranti che si aprono con un semplice tocco per un ambiente tutto da vivere e condividere.



Origina Anta Profilo Alluminio e Anta Square Febal Casa

Origina Anta Profilo Alluminio e Anta Square è una composizione a golfo dal grande impatto visivo che crea un ambiente caldo e multifunzionale delimitato da una libreria centro stanza a tutta altezza. Una quinta scenica in costante dialogo con l'altra stanza. La parete ad armadi in nobilitato Rovere Africano, dalla parvenza puramente decorativa, si apre su una cabina *débarras* con illuminazione interna, forno e mensole. Una dispensa nascosta per chi cerca ordine anche in cucina e tanti spazi da riempire. I cassetti della base sono realizzati nella finitura Pietra Palladio Grigio del top, con cui formano un unico blocco mono materico. I frontali delle basi presentano profili in alluminio nero sagomati che fungono da presa sull'anta.



Febal Casa Libeskind022

Libeskind022: la capsule Febal Casa creata con Daniel Libeskind

Un'armonia di linee su superfici materiche che trasformano lo spazio creando soluzioni di contenimento di design. *Libeskind022* di **Febal Casa** è la capsule disegnata in collaborazione con **Daniel Libeskind** per creare interni contemporanei. L'architetto polacco-americano traendo ispirazione dall'ebanisteria tradizionale, ha creato per il brand del **Gruppo Colombini** una collezione di differenti tipologie di madie versatili.



Febal Casa Libeskind022

Disponibili in versione tre o quattro ante con altezza 75 centimetri e in versione due ante con altezza 154 cm, ogni madia offre diverse personalizzazioni interne. Sia attraverso l'aggiunta di ripiani in pannello o vetro e con un top laccato opaco o gres oppure inserendo una cassettera interna con maniglia integrata in legno per la versione ad altezza 75 cm o un kit di

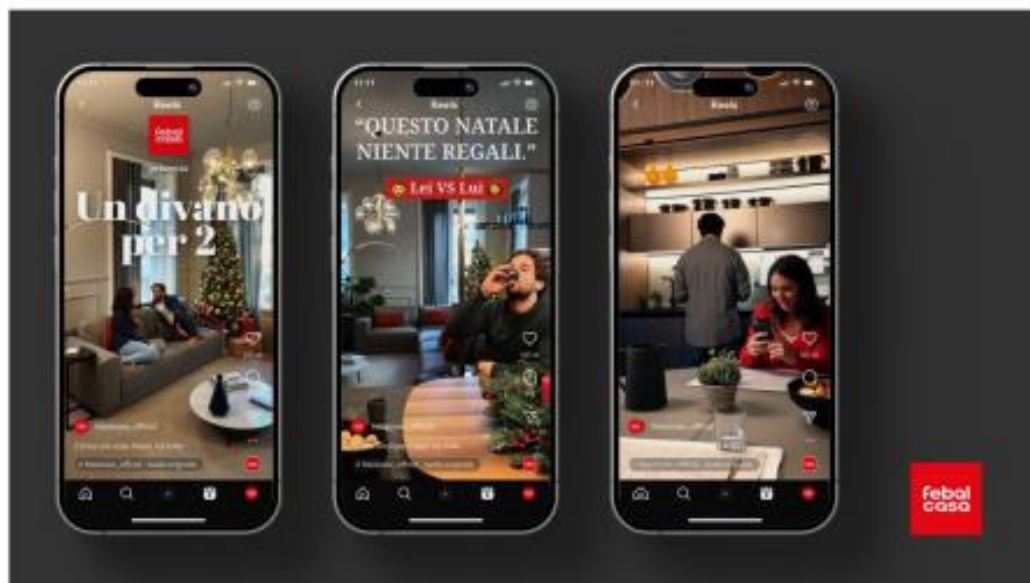


Febal Casa, Collezione GIORNO.. con libreria *Trenta* e ante *Libeskind022*

Il design è minimal e al contempo complesso: a seconda di come viene colpito dalla luce cambia costantemente, creando una superficie dinamica. *Libeskind022* ricerca e cattura la poesia e la forza della luce in architettura, dando vita a superfici tridimensionali, dove i contrasti luminosi giocano su forme effimere rispondendo alle condizioni mutevoli e alla matericità dei pezzi. Febal Casa porta il design materico e la forza della luce anche nelle librerie della collezione *GIORNO*. e nelle cucine *ORIGINA* con l'inserimento delle ante *Libeskind022*. "L'uso della luce in architettura ha una dimensione senza tempo, indipendente dalle tendenze e dalla moda del periodo" – sottolinea l'architetto Libeskind – "Credo nell'esperienza individuale nel design. La superficie delle madie è in continuo mutamento e dialoga con l'ambiente circostante. La luce rappresenta la democrazia della casa, l'esperienza unica vissuta dal proprietario".



Cucina ORIGINA con ante Libeskind022



Delimita ogni sui canali social Febal Casa la prima web serie del brand

Febal Casa, al via la prima web serie

L'agenzia creativa Gibbo&Lori firma la prima web serie di Febal Casa, per raccontare in modo coinvolgente e ironico come vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal

Veicolare **l'atmosfera di una casa Febal**, regalando alla propria **community** dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le campagne di comunicazione del brand: è per raggiungere questo obiettivo che si è sviluppata la **prima web serie [Febal Casa](#)**, firmata dall'**agenzia creativa Gibbo&Lori**. Febal Casa è il brand con cui **Colombini Group**, attraverso i punti vendita monomarca distribuiti su tutto il territorio nazionale, commercializza programmi di arredo completi per tutta la casa, dalle soluzioni cucina a proposte living e notte.

Gli episodi raccontano come vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano **una coppia "della porta accanto"**, ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca. Per mettere in luce **la capacità di Febal Casa di adattarsi al lifestyle dei suoi consumatori**, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino. La location sono gli appartamenti della **Housing & Hospitality Division** del Gruppo Colombini e il **flagship store di Milano** a Brera.



La Housing & Hospitality Division di Gruppo Colombini è una delle location della web serie La web serie, ispirata al case di successo "Love Bugs" è la prima iniziativa di **brand entertainment** prodotta per dare seguito alla campagna lanciata nel 2023 "[Che Bomba Febal Casa](#)". La produzione debutta oggi **sui canali social Febal Casa** ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un'importante pianificazione adv su **televisione, stampa, radio, canali digital e social media**.

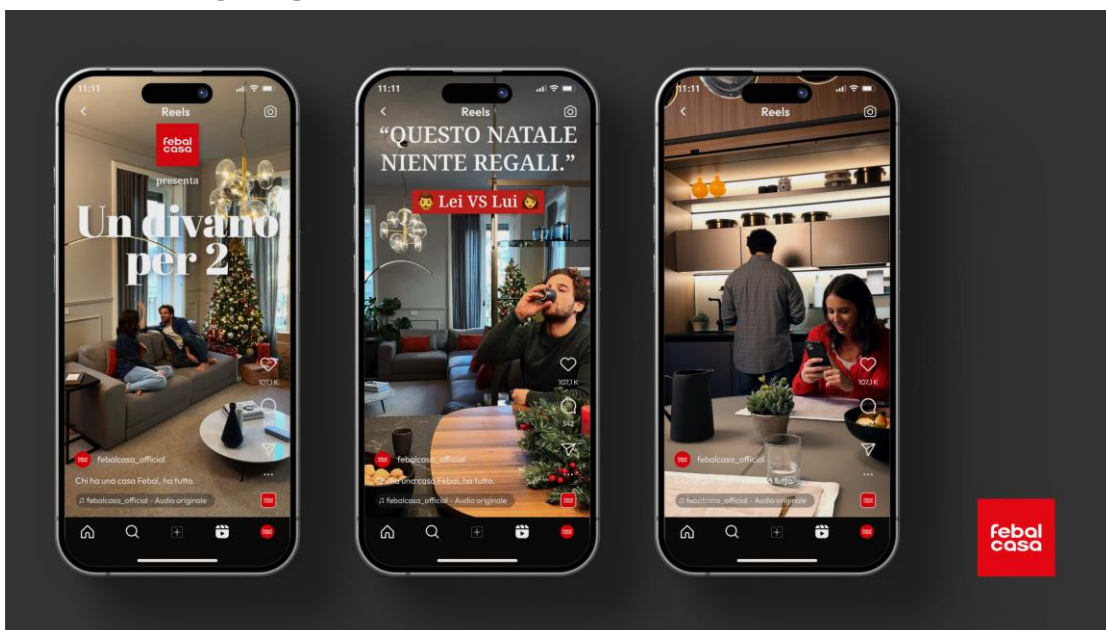
*"L'approccio creativo e strategico - hanno spiegato **Gibbo&Lori** - per noi è stato lo stesso di una campagna tv: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere".*



Testata: Giornalesm.com

Data: 20 dicembre 2023

San Marino. Debuttera la prima web serie FEBAL CASA



San Marino, 20 dicembre 2023 – Debuttera la prima web serie Febal Casa, firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. Febal Casa è tra le più importanti realtà nazionali nel settore dell'arredamento per tutta la casa con oltre 200 negozi monomarca in Italia e all'estero.

Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca.

Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al life style dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino.

Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera.



Testata: Giornalesm.com

Data: 20 dicembre 2023

L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti.

Febal Casa regala così alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione.

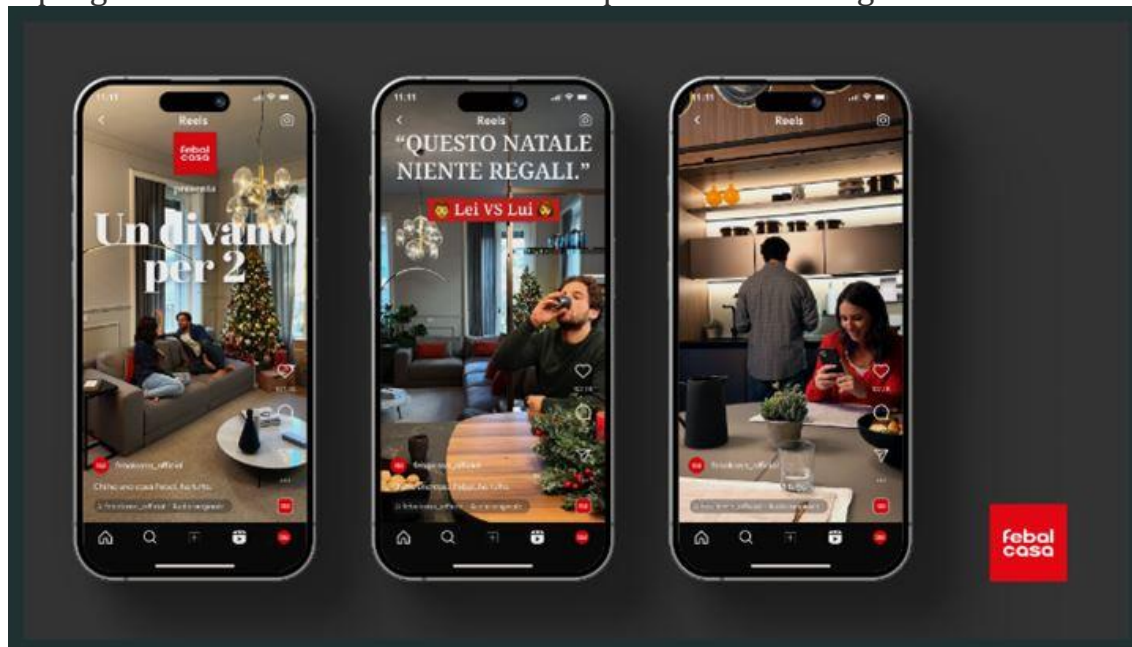
La web serie, ispirata al case di successo "Love Bugs" è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 "Che Bomba Febal Casa".

La produzione debutta oggi sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un'importante pianificazione ADV su televisione, stampa, radio, canali digital e social media.

Gibbo&Lori hanno raccontato: "L'approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna TV: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere."

FEBAL CASA SI ISPIRA A “LOVE BUGS” PER LA SUA PRIMA WEB SERIE

Il progetto del brand di Colombini Group è firmato dall'agenzia Gibbo&Lori



Febal Casa ha deciso di investire in un progetto di branded entertainment, **la sua prima web serie firmata Gibbo&Lori**, da quest'anno nuova agenzia creativa del gruppo.

Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca [Mignolino, personaggio dello spot “Voglio una casa arredata così”](#), interpretano **una coppia “della porta accanto”**, ironica e dotata di grande complicità.

Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al life style dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino. Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera.

L'obiettivo principale della campagna è quello di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti. La web serie, ispirata al case di successo “Love Bugs”, è **la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 “Che Bomba Febal Casa”**.



Testata: Engage.it

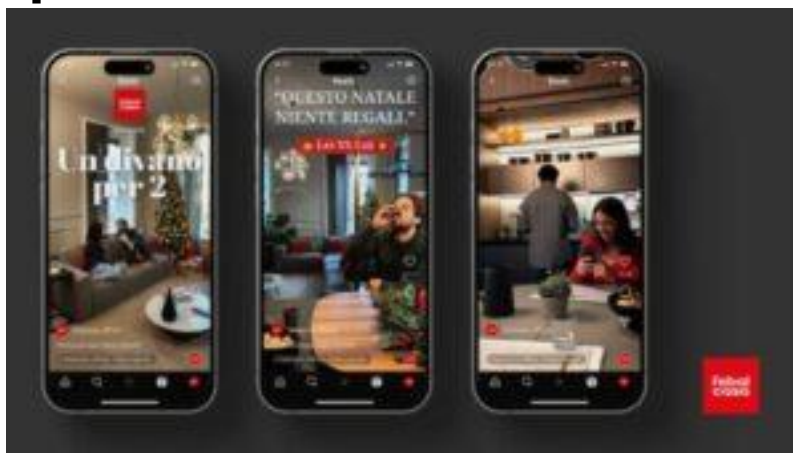
Data: 20 dicembre 2023

La produzione debutta oggi sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un'importante pianificazione advertising su televisione, stampa, radio, canali digital e social media.

Gibbo&Lori hanno raccontato: "L'approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna tv: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere."

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

Debutta la prima web serie FEBAL CASA



Debutta la prima web serie Febal Casa, firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori.

Febal Casa è tra le più importanti realtà nazionali nel settore dell'arredamento per tutta la casa con oltre 200 negozi monomarca in Italia e all'estero.

Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca.

Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al life style dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino.

Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera.

L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti.

Febal Casa regala così alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione.

La web serie, ispirata alle case di successo “Love Bugs” è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 “Che Bomba Febal Casa”.

La produzione debutta oggi sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un’importante pianificazione ADV su televisione, stampa, radio, canali digital e social media.

***Gibbo&Lori** hanno raccontato: “L’approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna TV: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere.”*

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

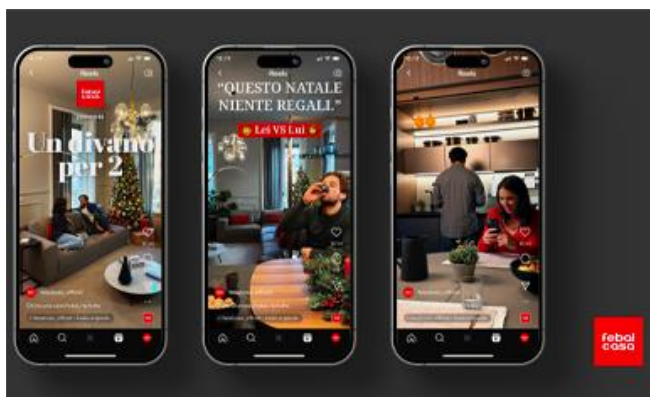
Colombini Group, fondato nel 1965 dall’omonima famiglia nella Repubblica di San Marino, è oggi leader in Italia nel settore dell’arredamento con i propri marchi Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Ingenia, Offic’è e Colombini Group Contract, struttura specializzata nella progettazione e realizzazione 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 200 negozi monomarca in vari paesi mondo.

C'è tutto il calore di Febal Casa nella prima web serie del brand



Debutta oggi sui social la prima **web serie Febal Casa**, firmata dall'agenzia creativa **Gibbo&Lori**. **Febal Casa** (Colombini Group) è tra le più importanti realtà nazionali nel settore dell'arredamento per tutta la casa con oltre 200 negozi monomarca in Italia e all'estero. Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino del noto spot 'Voglio una casa arredata così', interpretano la classica coppia della porta accanto, ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca. Per mettere in luce la capacità di **Febal Casa** di adattarsi al lifestyle dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino. Location d'eccezione: gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera. L'obiettivo principale della campagna è veicolare **l'atmosfera di una casa Febal**, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti. Febal Casa regala così alla sua community dei momenti di puro **divertimento e intrattenimento**, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive le sue campagne di comunicazione. La web serie è la prima iniziativa di **brand entertainment** prodotta per dare seguito alla campagna 2023 'Che bomba Febal Casa'.

Debutta la prima web serie Febal Casa



Debutta la prima web serie Febal Casa, firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. Febal Casa è tra le più importanti realtà nazionali nel settore dell'arredamento per tutta la casa con oltre 200 negozi monomarca in Italia e all'estero. Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca.

Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al life style dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino. Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera. L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti.

Febal Casa regala così alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione. La web serie, ispirata alle case di successo "Love Bugs" è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 "Che Bomba Febal Casa". La produzione debutta oggi sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un'importante pianificazione ADV su televisione, stampa, radio, canali digital e social media.

Gibbo&Lori hanno raccontato: "L'approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna TV: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella



Testata: Mediakey.tv

Data: 20 dicembre 2023

produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere."



Testata: Youmark.it

Data: 20 dicembre 2023

Gibbo&Lori firma il debutto della prima web serie Febal Casa



Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa **Febal**, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I **protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot 'Voglio una casa arredata così'**, interpretano una coppia 'della porta accanto', ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca.

Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al lifestyle dei suoi consumatori, nella sceneggiatura – firmata **GIBBO&LORI** – si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino. Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera.

L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti. Il brand regala così alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione.

La web serie, **ispirata al case di successo 'Love Bugs'** è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 'Che Bomba Febal Casa'.

La produzione debutta oggi sui canali social Febal Casa ed è **parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata** che prevede un'importante pianificazione ADV su televisione, stampa, radio, canali digital e social media.

Gibbo&Lori raccontano nella nota: "L'approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna TV: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento



Testata: Youmark.it

Data: 20 dicembre 2023

reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere”.



Testata: Italia Oggi
Data: 21 dicembre 2023

Una web serie per Febal Casa. Al via la web serie Febal Casa, firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. La produzione ha debuttato ieri sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata.



Testata: L'Informazione di San Marino

Data: 21 dicembre 2023

Debutta la prima web serie Febal Casa firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori

Debutta la prima web serie Febal Casa, firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. Febal Casa è tra le più importanti realtà nazionali nel settore dell'arredamento per tutta la casa con oltre 200 negozi monomarca in Italia e all'estero. Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca. Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al life style dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a mo-



menti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino. Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera. L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture

e colori in tutti gli ambienti. Febal Casa regala così alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione. La web serie, ispirata al case di successo "Love Bugs" è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare

seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 "Che Bomba Febal Casa". La produzione ha debuttato ieri sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un'importante pianificazione ADV su televisione, stampa, radio, canali digital e social media. "L'approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna TV: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio - hanno raccontato Gibbo&Lori -. E' stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere".



Testata: Pubbli.comnow! Data: 21 dicembre 2023

BRAND ENTERTAINMENT

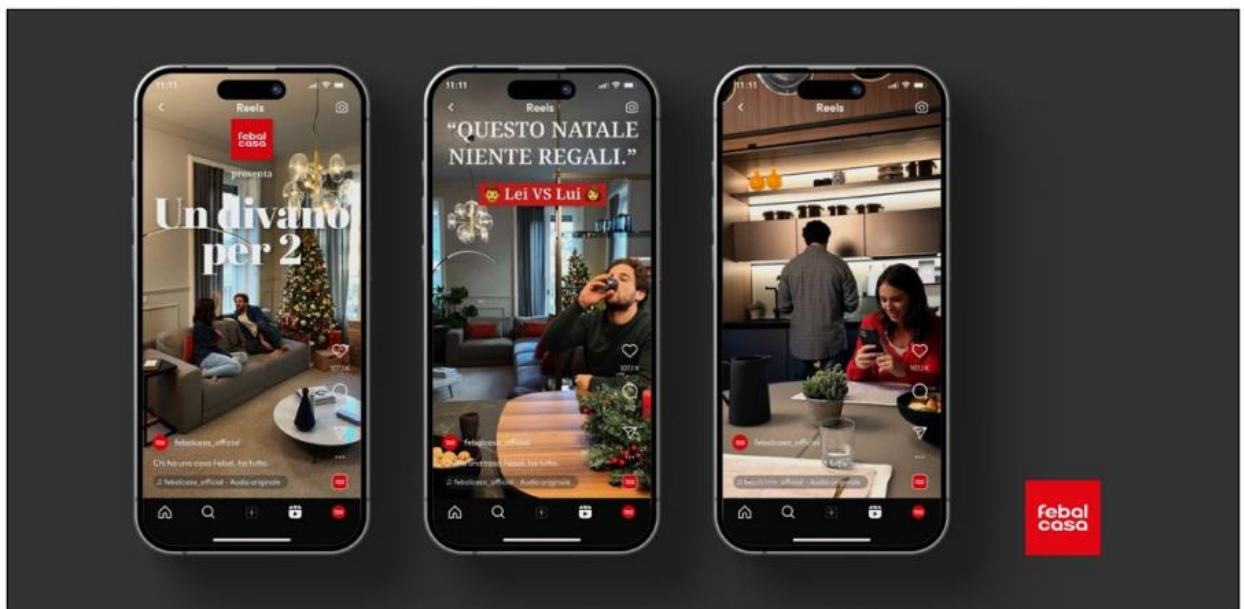
Febal Casa con Gibbo&Lori inaugura la prima web serie

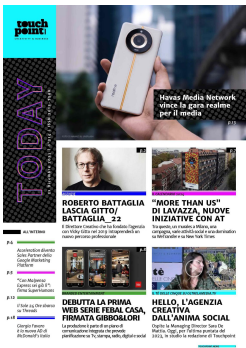
Debutta la prima web serie Febal Casa, firmata dall'agenzia Gibbo&Lori. Gli episodi ruotano intorno al racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal: allegria, spontaneità, bellezza. I protagonisti, tra cui Mi-

gnolino, personaggio dello spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca. Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospita-

lity Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera. La web serie, ispirata al case "Love Bugs" è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla campagna 2023 "Che Bomba Febal Casa". La produzione ha de-

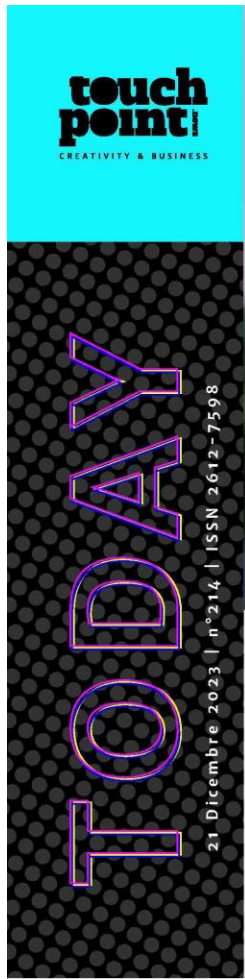
butta il 20 dicembre sui canali social del brand ed è parte del piano di investimenti destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un'importante pianificazione su tv, stampa, radio, canali digital e social media.





Testata: Touchpoint Today

Data: 21 dicembre 2023



AGENZIE

ROBERTO BATTAGLIA LASCIA GITTO/ BATTAGLIA_22

Il Direttore Creativo che ha fondato l'agenzia con Vicky Gitto nel 2019 intraprenderà un nuovo percorso professionale



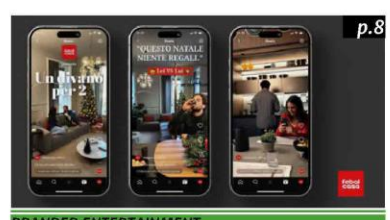
IL CALENDARIO 2024

"MORE THAN US" DI LAVAZZA, NUOVE INIZIATIVE CON AT

Tra queste, un murales a Milano, una campagna, varie attività social e una domination su WeTransfer e su New York Times

ALL'INTERNO

- p.4** Acceleration diventa Sales Partner della Google Marketing Platform
- p.5** "Con Malpensa Express sei già lì": firma SuperHumans
- p.12** Il Sole 24 Ore sbarca su Threads
- p.18** Giorgia Favaro è la nuova AD di McDonald's Italia



BRANDED ENTERTAINMENT

DEBUTA LA PRIMA WEB SERIE FEBAL CASA, FIRMATA GIBBO&LORI

La produzione è parte di un piano di comunicazione integrata che prevede pianificazione su Tv, stampa, radio, digital e social



IL TÈ DELLE CINQUE SU OLTRELAMEDIA.TV

HELLO, L'AGENZIA CREATIVA DALL'ANIMA SOCIAL

Ospite la Managing Director Sara De Mattia. Oggi, per l'ultima puntata del 2023, in studio la redazione di Touchpoint



Testata: Touchpoint Today

Data: 21 dicembre 2023



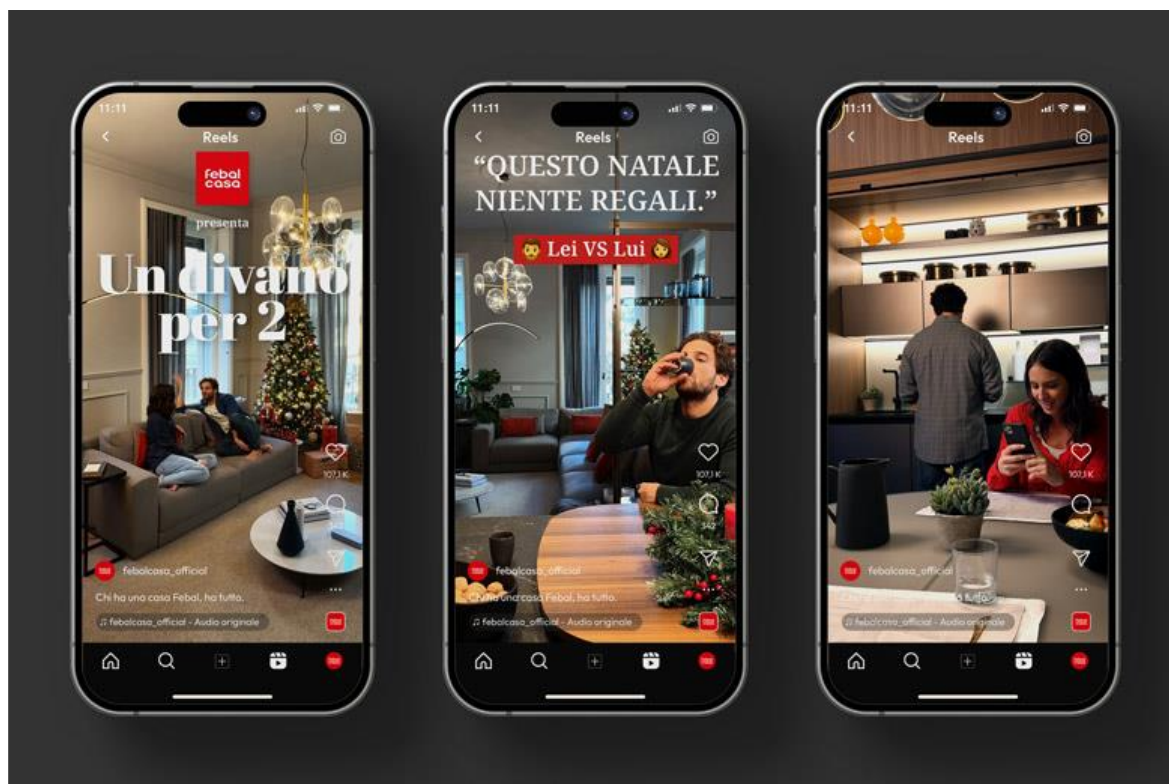
PARTE DEL PIANO DI INVESTIMENTI CHE PREVEDE TV, STAMPA, RADIO, DIGITAL E SOCIAL

DEBUTA LA PRIMA WEB SERIE FEBAL CASA, FIRMATA GIBBO&LORI

Febal Casa, tra le più importanti realtà nazionali nel settore dell'arredamento per tutta la casa con oltre 200 negozi monomarca in Italia e all'estero, lancia la sua web serie firmata dall'agenzia **Gibbo&Lori**. Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca. Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al life style dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino. Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera. L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti. Febal Casa regala così alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la

semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione. La web serie, ispirata al case di successo "Love Bugs" è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 "Che Bomba Febal Casa". La produzione ha debuttato ieri sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un'importante pianificazione adv su televisione, stampa, radio, canali digital e social media. Gibbo&Lori hanno raccontato: «L'approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna Tv: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere».

San Marino, imprese: debutta la prima web serie Febal Casa



Debutta la prima web serie Febal Casa, firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. Febal Casa è tra le più importanti realtà nazionali nel settore dell'arredamento per tutta la casa con oltre 200 negozi monomarca in Italia e all'estero.

Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca.

Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al life style dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino.

Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera.

L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti.



Testata: Sanmarinofixing.com

Data: 21 dicembre 2023

Febal Casa regala così alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione.

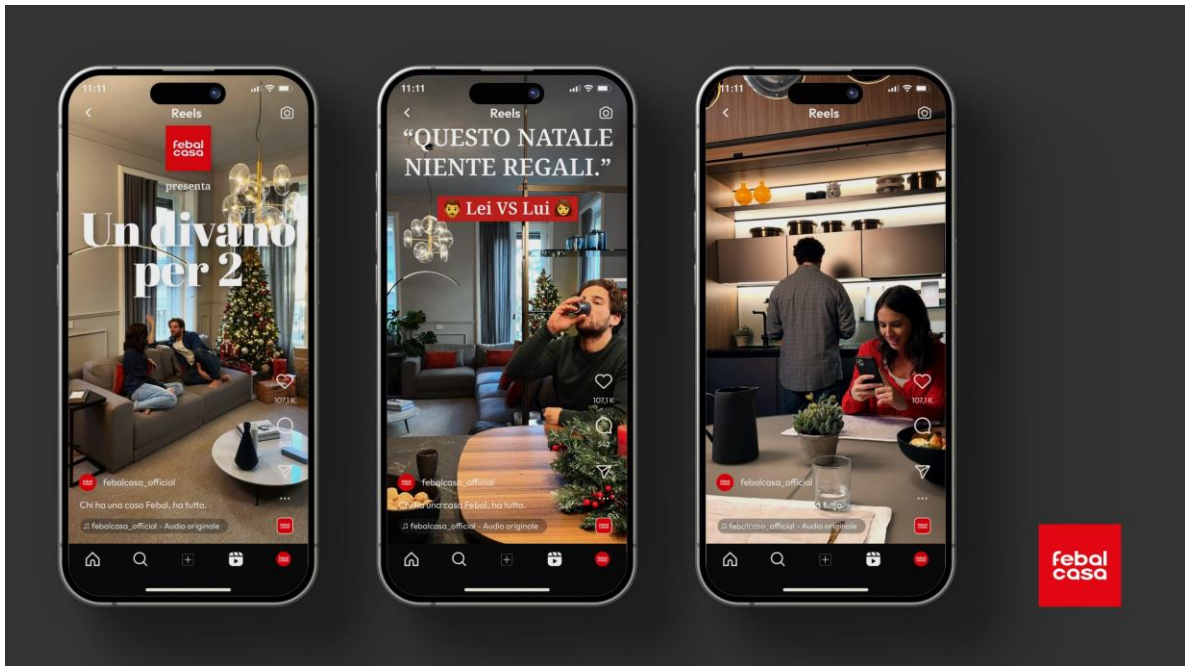
La web serie, ispirata al case di successo “Love Bugs” è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 “Che Bomba Febal Casa”.

La produzione debutta oggi sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un’importante pianificazione ADV su televisione, stampa, radio, canali digital e social media.

Gibbo&Lori hanno raccontato: “L’approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna TV: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere.”

Una web serie per Febal Casa

La prima iniziativa di brand entertainment del gruppo Colombini



Per mettere in luce la capacità di **Febal Casa** di adattarsi al life style dei suoi consumatori il brand di **Colombini Group** ha ideato una web serie. Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca. Nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino. Location gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera.

L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti. Con questa produzione firmata **Gibbo&Lori**, Febal casa propone alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione.

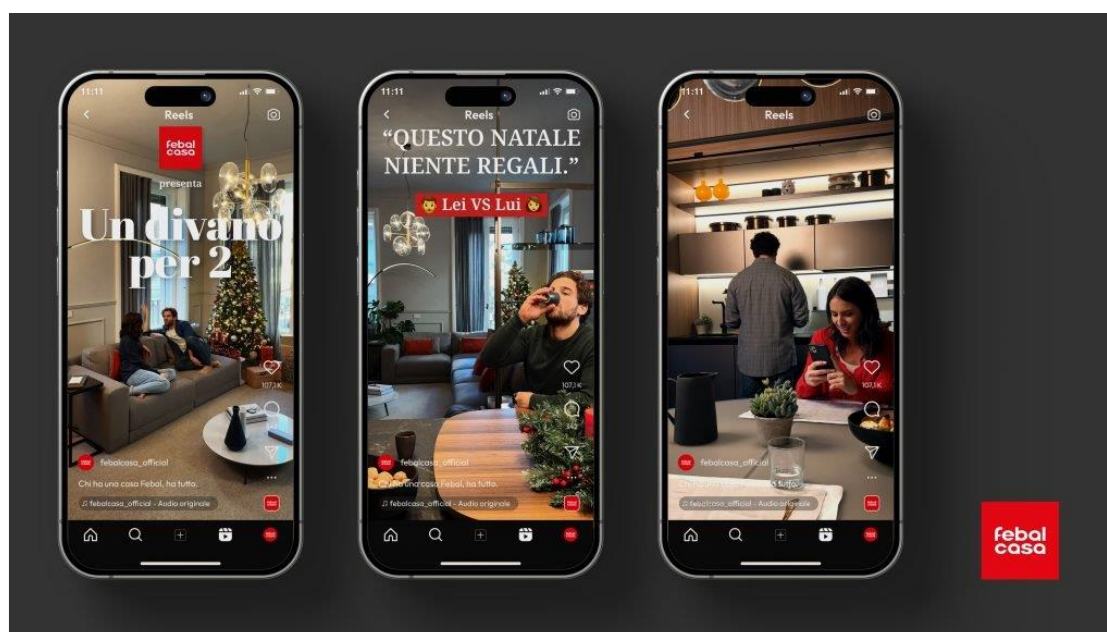
La web serie, ispirata al case di successo Love Bugs è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 'Che

Bomba Febal Casa'.

La produzione sui canali social Febal Casa è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un'importante pianificazione ADV su televisione, stampa, radio, canali digital e social media.

Febal Casa debutta online con la sua prima web serie

Debutta la prima web serie Febal Casa, realtà nazionale nel settore dell'arredamento, firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza.



I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca.

Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al life style dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino.

Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera.

L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti.

Febal Casa regala così alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione.

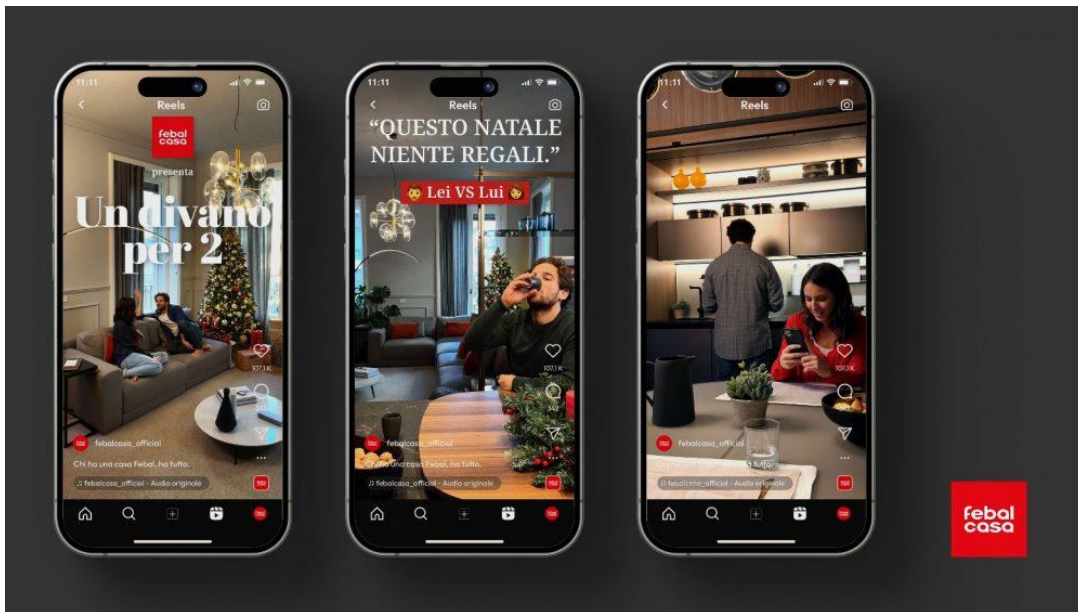
La web serie, ispirata al case di successo "Love Bugs" è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 "Che Bomba Febal Casa".

La produzione debutta oggi sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un'importante pianificazione ADV su televisione, stampa, radio, canali digital e social media.

Gibbo&Lori hanno raccontato: "L'approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna TV: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere."

DEBUTTA LA PRIMA WEB SERIE FEBAL CASA, FIRMATA GIBBO&LORI

Parte del piano di investimenti che prevede Tv, stampa,
radio, digital e social



Febal Casa, tra le più importanti realtà nazionali nel settore dell'arredamento per tutta la casa con oltre 200 negozi monomarca in Italia e all'estero, lancia la sua web serie firmata dall'agenzia Gibbo&Lori.

Gli episodi sono incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti tutti gli ambienti di una casa Febal, sull'allegria, la spontaneità e la bellezza. I protagonisti, tra cui spicca Mignolino, personaggio dell'iconico spot "Voglio una casa arredata così", interpretano una coppia "della porta accanto", ironica e dotata di grande complicità, che incarna tutti i valori della marca.

Per mettere in luce la capacità di Febal Casa di adattarsi al life style dei suoi consumatori, nella sceneggiatura si alternano scene di vita quotidiana a momenti speciali quali il Natale, il nuovo anno e San Valentino. Location d'eccezione gli appartamenti dalla Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini e il flagship store di Milano a Brera.

L'obiettivo principale della campagna è di veicolare l'atmosfera di una casa Febal, il calore che il brand traduce nella trasversalità delle finiture e colori in tutti gli ambienti. Febal Casa regala così alla sua community dei momenti di puro divertimento e intrattenimento, con la semplicità e la leggerezza che rendono distintive tutte le sue campagne di comunicazione.

Testata: Touchpoint.news

Data: 21 dicembre 2023

La web serie, ispirata al case di successo “Love Bugs” è la prima iniziativa di brand entertainment prodotta per dare seguito alla nuova campagna lanciata nel 2023 “Che Bomba Febal Casa”.

La produzione ha debuttato ieri sui canali social Febal Casa ed è parte del piano di investimenti del brand destinati alla realizzazione di un progetto di comunicazione integrata che prevede un’importante pianificazione adv su televisione, stampa, radio, canali digital e social media.

Gibbo&Lori hanno raccontato: «L’approccio creativo e strategico per noi è stato lo stesso di una campagna Tv: ricerca degli insight, sceneggiatura scritta al millimetro, attenzione ai dettagli nella produzione e nel montaggio. È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere».