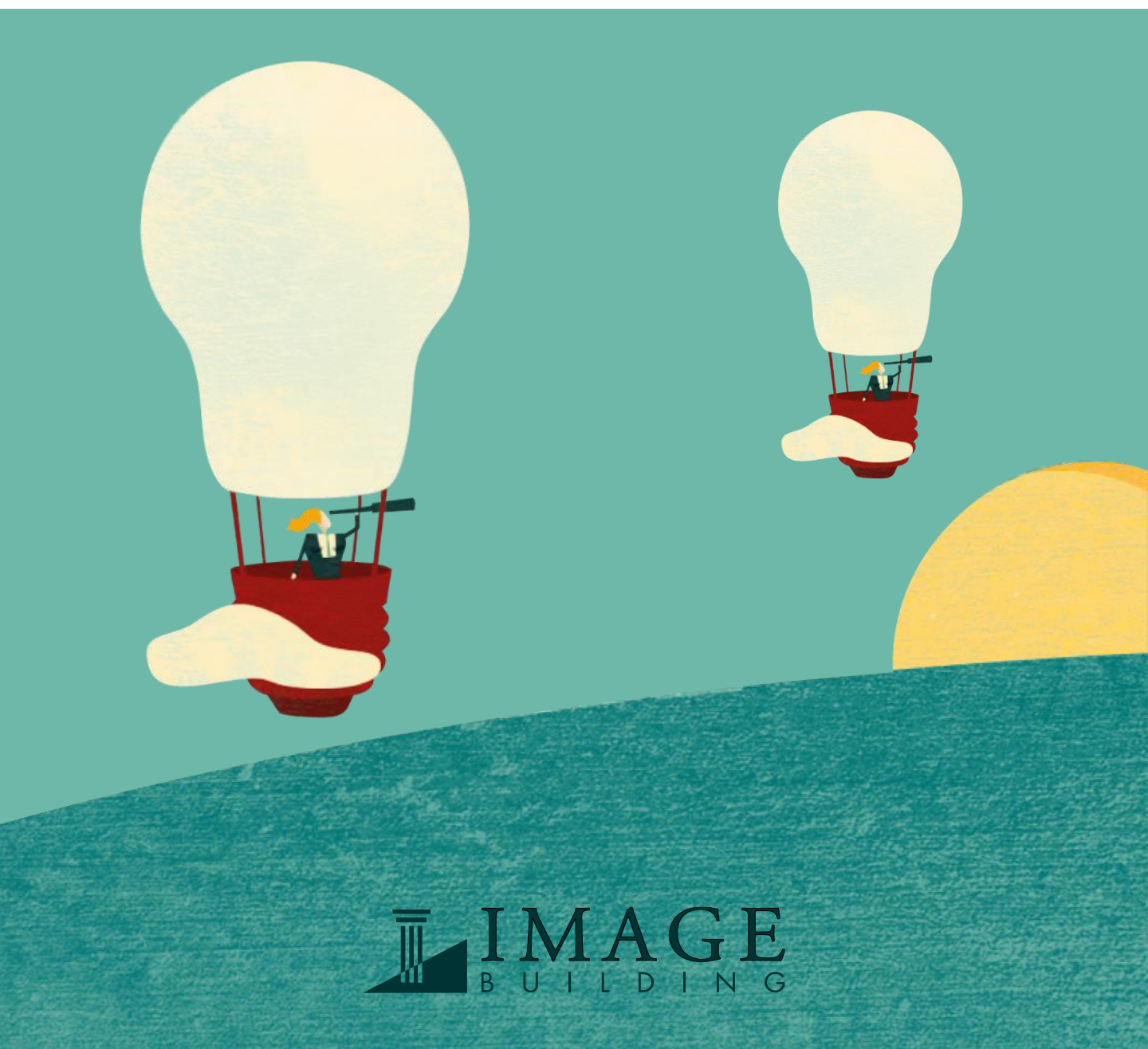


# RASSEGNA STAMPA



*Gennaio 2024*



# ELENCO ARTICOLI\_1

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Casa Facile	gennaio 2024	Uscita prodotto: tavolo THIBAUT
Progetto Cucina	gennaio-febbraio 2024	Cover story dedicata al designer Andrea Federici, all'interno della quale è presente Febal Casa
Progetto Cucina	gennaio-febbraio 2024	Intervista a Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini, pubblicata nell'ambito dell'inchiesta su EuroCucina 2024
Distribuzionemoderna.info	2 gennaio 2024	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Pambianco Design_LinkedIn	12 gennaio 2024	Videointervista a Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini
Pambianco Design_Instagram	12 gennaio 2024	Videointervista a Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo Colombini
Cosedicasa.com	15 gennaio 2024	Uscita redazionale dedicata alla web serie Febal Casa
Ambientecucinaweb.it	24 gennaio 2024	Uscita prodotto: sistema ORIGINA con boiserie MOOVE SLIM
Cosedicasa.com	25 gennaio 2024	Uscita prodotto: cucina TRACCIA
Tuttooggi.info	29 gennaio 2024	Articolo dedicato alle tendenze dell'arredo 2024, all'interno del quale viene citato Febal Casa
Univers-habitat.eu	30 gennaio 2024	Articolo dedicato a Febal Casa e alla sua presenza su EspritMeuble





**Testata: Casa Facile**  
**Data: gennaio 2024**

**TAVOLO RETTANGOLARE**

Thibaut è allungabile con gambe e top impiallacciato Eucalipto chiaro [Febal Casa, cm 95x220/300x75h da € 3.600].





Testata: Progetto Cucina  
Data: gennaio-febbraio 2024

www.e-duce.it

# PROGETTO **CUCINA**

PERSONE • MERCATO  
TREND • PRODOTTI

N.1-2  
GENNAIO-FEBBRAIO 2024

**MISTERY  
SHOPPING**  
SCAVOLINI STORE

**SPECIALE**  
CHI È CHI  
DEL MERCATO

**Inchiesta**  
IL NUOVO  
FORMAT  
DEL SALONE  
CONVINCE GLI  
ESPOSITORI?

**ANDREA FEDERICI  
DESIGNER**

**IL MIO PUNTO  
DI VISTA  
(ORIGINALE)**





## Testata: Progetto Cucina Data: gennaio-febbraio 2024

### Cover Story

# IL MIO PUNTO DI VISTA (ORIGINALE)

*Non solo designer che vanta una lunga serie di collaborazioni con noti brand del mondo kitchen e degli accessori, ma anche direttore creativo e progettista di spazi espositivi. È Andrea Federici, classe '81, che racconta la sua grande passione per questo settore (e svela un sogno)...*

 Arianna Sorbara

16

**Q**uando ci incontriamo, la prima cosa che **Andrea Federici**, classe '81, designer e direttore creativo, racconta è la passione che ha per il mondo della cucina: "Un vero e proprio colpo di fulmine", lo definisce, che l'ha portato anche ad avviare, nel tempo, collaborazioni con aziende di subfornitura e accessori per dedicarsi ancora più in dettaglio allo studio del particolare. Partiamo dagli esordi...

#### Come è iniziata questa passione per il mobile da cucina?

È iniziata tanti anni fa con Scavolini, subito dopo essermi laureato al Politecnico di Milano. Arrivavo con un discreto bagaglio di esperienza nel settore del mobile e del componibile, avendo collaborato con diversi brand di arredobagno e ufficio. Ma l'incontro con il mondo della cucina è stato un colpo di fulmine, trasformatosi in breve tempo in una grande passione, al punto di avviare anche collaborazioni con diverse aziende di subfornitura e accessori per dedicarmi ancora di più allo studio del particolare.


...un mondo affascinante quello della subfornitura, certamente più celato rispetto al mobile, ma essenziale per la riuscita di un progetto...

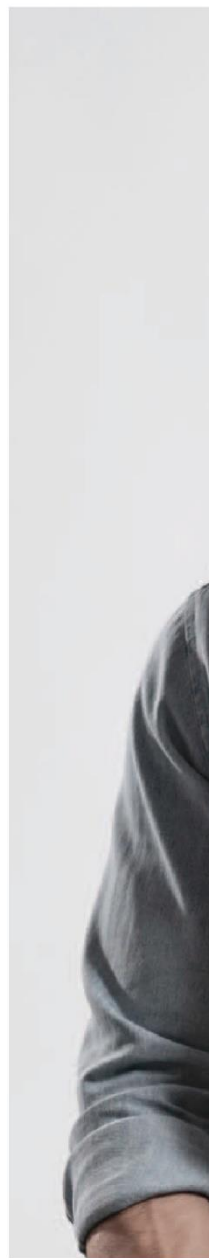
Si, e ad appassionarmi è la sua componente tecnologica che, stabilendo un legame indissolubile con quella per l'arredo, è andata a dare forma a un'idea di progetto integrato che oggi rappresenta la base del mio approccio.

#### Qual è la sua visione progettuale?

La mia direzione va verso il raggiungimento di una coerenza progettuale, verso la definizione di un linguaggio 'coordinato' di prodotto: di idee, di contenuti tra loro concordi. La mia visione, la mia filosofia rispetto al progetto – che si tratti di ambiente, di arredo o di complemento, componente, accessorio – è una. Ogni progetto si origina da riflessioni che condividono gli stessi concetti di base. Mi ispiro molto alla lezione di Bruno Munari, che diceva: "Osservare a lungo, capire profondamente, fare in un attimo". In generale, vorrei elaborare un mio linguaggio progettuale autonomo e identificativo di questa visione e generare poi progetti che vi rimangano allineati. La direzione che sto cercando di prendere è più introspettiva e meno condiscendente nei confronti del mainstream del mercato.

#### Cosa intende dire?

Non amo quando mi viene chiesto di progettare qualcosa seguendo le tendenze, a meno che non 





## Testata: Progetto Cucina Data: gennaio-febbraio 2024



“ La direzione progettuale che sto intraprendendo è introspettiva e meno condiscendente nei confronti del mainstream del mercato  
*Andrea Federici, designer*

ci siano dietro delle motivazioni particolari e degli obiettivi chiari.

### Cosa non le piace?

Non mi piace seguire le tendenze perché 'seguire' implica sempre che qualcuno è arrivato prima. E a volte non sappiamo nemmeno 'chi', perché spesso nel settore del mobile le tendenze non vengono delineate dai creativi o dai brand come avviene nell'ambito del fashion, ma prendono origine da dinamiche occasionali. Rispetto a questo io preferisco dedicarmi, insieme ai miei clienti a delle riflessioni che tengano conto delle tendenze in maniera non essenziale, e rivolgere le nostre energie allo sviluppo di un nostro punto di vista autonomo, che possibilmente ci consenta di arrivare primi su dei concetti e quindi, quando possibile, di restituire al mercato delle idee originali.

### Più che di prodotto, lei parla di 'sistema-prodotto', perché?

Perché il semplice concetto di 'prodotto' negli ultimi anni ha assunto una connotazione limitativa. Da un lato è evidente come il mercato richieda uno sviluppo costante di nuovi prodotti, dall'altra parte però ci rendiamo conto che la maniera stessa di concepire, sviluppare e proporre un bene è soggetta a una profonda evoluzione: attorno al prodotto fisico e tangibile esiste tutto un perimetro che richiede di essere progettato: un sistema per l'appunto, di cui il prodotto rappresenta il centro, e attorno al quale gravitano tutta una serie di elementi fondamentali al suo supporto e alla sua valorizzazione. Dalla strategia che ne definisce il concept, alla realizzazione dell'immagine di presentazione fino al coordinamento del processo e alla strategia di comunicazione.

### ...che è poi il ruolo dell'art director...

Sì, è la figura che mette in relazione questi processi, il cui ruolo non è limitato alla sola ideazione estetica ma è occuparsi a monte della definizione della strategia necessaria per l'identificazione del percorso di evoluzione dell'azienda.

L'analisi metaprogettuale, la valutazione delle nuove esigenze dei consumatori, l'analisi del contesto competitivo, la ricerca su materiali, finiture e tendenze estetiche, la pianificazione dei nuovi prodotti, l'esplorazione dei futuri scenari del settore per prevedere in anticipo le direzioni del mercato... queste rappresentano solo alcune delle atti- **D**



# Testata: Progetto Cucina Data: gennaio-febbraio 2024

## Cover Story

vità propedeutiche al progetto estetico, e sono fondamentali per la definizione del suo 'scenario' di contestualizzazione. Seguono, poi, tutte le attività connesse al sistema di narrazione del prodotto: la gestione dell'immagine fotografica, la creazione del catalogo, arrivando anche al progetto degli showroom aziendali e degli stand fieristici. Commissionare al progettista non solo il design del prodotto ma anche del 'sistema' a esso associato si traduce in un migliore controllo sulle premesse iniziali e sulla modalità di rappresentazione del prodotto e quindi in una maggiore garanzia sul risultato finale.

### Quali sono le esigenze dei suoi clienti e cosa offre il suo studio?

Cerchiamo di offrire un pacchetto completo che funga in qualche maniera da 'incubatore' del progetto curando ogni aspetto legato al prodotto.

Fino a qualche anno fa tutte queste funzioni erano svincolate tra loro, determinando a volte problematiche di coordinamento e moltiplicando il rischio che alcuni aspetti, per esempio quelli legati alla comunicazione, non coincidessero con le aspettative iniziali e con i valori identificati dall'azienda. Il recente aumento della complessità del settore ha reso necessario un affinamento di tutti questi processi, abbinandolo a una modalità di gestione maggiormente efficiente, e possiamo immaginare che il futuro ci porterà sempre più verso questa direzione.

### Nell'aumento della complessità del mercato la sfida più complessa resta sempre quella del binomio qualità-prezzo al quale le aziende, soprattutto oggi, non possono rinunciare...

Il tema del rapporto tra prezzo e qualità è chiara-

mente un punto focale dell'attuale congiuntura di mercato. Bisogna però fare, secondo me, un distinguo su che cosa intendiamo per qualità. Se ci riferiamo al mercato italiano e ai produttori di cucina nazionali, il concetto di qualità materiale del prodotto - ferramenta, componenti, materie prime - si attesta su un livello medio piuttosto alto. Tuttavia, il concetto di qualità che andiamo a relazionare con il prezzo ha anche altri significati.

### Per esempio?

Per esempio la componente estetica, e cioè la maniera in cui le cucine vengono disegnate, rappresentate ed esposte e che ha a che fare sia con il design del prodotto, sia con il suo sistema di narrazione. Esiste poi la qualità del servizio, sia prima, sia dopo la vendita, che diventa una componente tangibile nella fase in cui si entra in relazione con il punto vendita.

Quindi, per dare una risposta alla domanda, certamente il rapporto qualità prezzo è un argomento a cui il consumatore è sempre più attento e di conseguenza è un requisito di cui l'industria chiede a noi designer di tenere conto in misura sempre maggiore.

### Nel suo portfolio compaiono importanti nomi come Febal Casa con cui ha iniziato 3 anni fa e della quale oggi cura la direzione artistica. Qual è il valore aggiunto di questa azienda?

Febal Casa è una realtà formata da un team motivato, ben strutturato e organizzato. Nel tempo mi sono piacevolmente sorpreso nel trovarmi a collaborare con un gruppo giovane e appassionato, soprattutto nei dipartimenti dove, oltre all'esperienza, contano molto l'energia, l'entusiasmo e la voglia di evolvere, per esempio nelle aree strategiche per

18

## CHI È ANDREA FEDERICI

Classe 1981, si laurea al Politecnico di Milano nel 2006. Già dal 2003 inizia a collaborare con alcuni dei più importanti studi di architettura italiani, e parallelamente dà il via alla propria carriera di designer indipendente lavorando per rinomate aziende del panorama del design italiano (cucine, living, bagni, mobili per ufficio). Dal 2007 al 2017 collabora con Scavolini, occupandosi della progettazione delle collezioni di cucine, bagni, living e della realizzazione dei cataloghi fotografici.

Oggi è titolare di Andrea Federici Consulting, studio di consulenza strategica che sviluppa progetti di product design, exhibit e showroom design, graphic design e fotografia collaborando con alcuni tra i più prestigiosi brand di arredamento italiani. Realtà a forte vocazione internazionale, firma la direzione artistica di importanti aziende legate sia al mondo della produzione del mobile sia dell'architettura in Cina, Stati Uniti, Arabia Saudita ed Emirati Arabi.

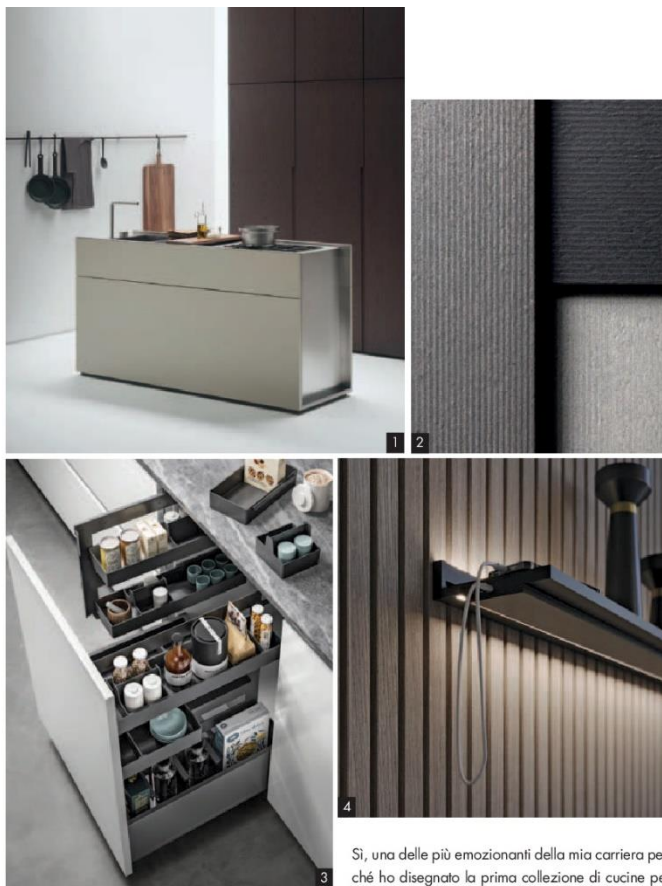
Ha ricevuto numerosi premi e riconoscimenti tra i quali Elle Deco International Design Award, Red Dot Design Award, If Design Award, Good Design Award, German Design Award, Archiproducts Design Award.





# Testata: Progetto Cucina

## Data: gennaio-febbraio 2024



1. Small Living Kitchens™ di Falper
2. Dettaglio di Dune disegnato per Sin'Art
3. Sous Chef disegnato per Gollinucci
4. Dettaglio di Meta, disegnato per Domus Line

19

l'innovazione come il marketing, l'R&D, gli uffici tecnici. Un'altra caratteristica che mi ha colpito è la forte motivazione di un gruppo dinamico e orientato a investire, che persegue una politica di crescita e continuo miglioramento ed è consapevole che questo richiede risorse economiche adeguate, che l'azienda mette in campo su più fronti contemporaneamente.

La mia collaborazione con Falper Casa è partita dalla volontà dell'azienda di avviare un percorso di consolidamento della proposta cucina, iniziando a lavorare allo sviluppo di una nuova immagine da presentare al mercato. È un rapporto che sta proseguendo da anni, che si è intensificato e che sta prendendo la forma di un percorso di progressiva evoluzione i cui risultati sono certamente già oggi ben visibili ma che ancora di più lo saranno nel prossimo futuro.

**Per Falper ha realizzato, invece, il primo modello in assoluto di cucina dell'azienda. Una bella sfida...**

Sì, una delle più emozionanti della mia carriera perché ho disegnato la prima collezione di cucine per un brand che non ne aveva mai prodotte, sviluppando un concept senza precedenti sul mercato.

Con il Ceo Luca Fallavena abbiamo sempre avuto un'ottima sintonia sui temi essenziali del progetto di un arredo e da questa affinità è nato, per esempio, Butler, un sistema di guardaroba/vetrina per la stanza da bagno. Dopo la realizzazione di quel progetto mi ha proposto un'altra idea che mi ha affascinato immediatamente: delle minicucine concepite per piccoli ambienti di lusso, compatte, ma complete, adatte a un nuovo tipo di consumatore.

L'abilità in termini di cura del dettaglio a cui l'azienda è abituata grazie al confronto con la fascia luxury, mi ha consentito di trasferire sul mio progetto dei concetti di accuratezza e precisione unici, dando vita a qualcosa di sorprendente.

Small Living Kitchens™ è, infatti, un progetto di cucine non convenzionali, elementi di arredo che assolvono alle funzioni di cucine, ma con volumi, forme e dimensioni che ribattono gli archetipi della cucina ordinaria. Pensate soprattutto **D**





# Testata: Progetto Cucina

## Data: gennaio-febbraio 2024

### Cover Story

per le nuove tipologie abitative in centri urbani ad alta densità come le grandi metropoli estere, dove lusso non è più necessariamente sinonimo di grandi spazi, ma di spazi abitati in maniera smart; contesti allestiti con arredi non convenzionali in grado di valorizzare uno stile di vita e un gusto che vengono evidenziati da una nuova tipologia di consumatore.

**...nel suo portfolio spicca anche la specializzazione nel mondo dell'accessorio e le collaborazioni con brand quali Gallinucci, Damiano Latini, Domus Line, Sm'art, Sige, Topstar. Ci sono differenze tra progettare un arredo e un accessorio?**

Quando progetto un arredo, o un accessorio, il punto di partenza è sempre il contesto di utilizzo, l'utente e le interfacce con cui entrerà in contatto. Caratteristiche quali l'ergonomia, la praticità, la semplificazione dei gesti quotidiani sono requisiti indispensabili e rappresentano il punto di connessione tra il mondo del mobile e quello dell'accessorio, rendendoli interfunzionali.

Inoltre, negli ultimi anni abbiamo assistito a una progressiva semplificazione formale che ha toccato tutto il mondo del mobile ma, a mio parere, più di tutti ha attraversato la cucina: le aperture a gola hanno preso il sopravvento, le maniglie sono state integrate e riassunte nelle forme delle ante, i volumi di ante e top sono stati portati all'essenziale.

Il risultato è stata una generale omologazione del settore che ha riscoperto quale accorgimento per la caratterizzazione delle cucine proprio una riconsiderazione della funzione dell'accessorio, al quale è stato assegnato un nuovo ruolo da protagonista nella definizione dell'identità della cucina.

**E questo cosa ha comportato?**

Ha comportato che le aziende produttrici di componenti sono state chiamate a un cambiamento di approccio rispetto al passato, maggiormente propositivo e non più solo legato agli aspetti tecnico-funzionali. Lo sviluppo delle nuove soluzioni da proporre al mercato ha richiesto così l'introduzione di ulteriori contenuti, estetici ed emozionali e le aziende hanno

20

5. Il sottopensile Hang disegnato per Damiano Latini

6. Dettaglio della Concept Kitchen disegnata per Laminam

7. La cucina Origina di Febal Casa

8. Dettaglio dello Showroom Aziendale di Arredo3





# Testata: Progetto Cucina

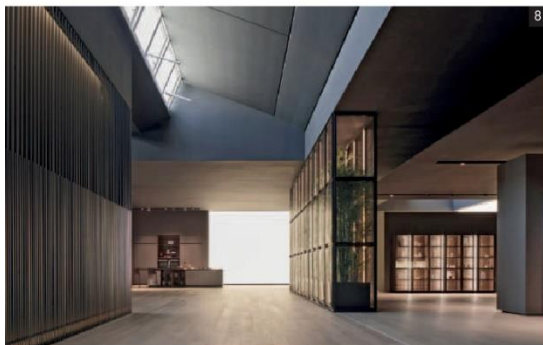
## Data: gennaio-febbraio 2024

deciso di rivolgersi a noi progettisti del mondo cucina per svilupparli. È motivo di orgoglio per me poter citare i tantissimi casi in cui i prodotti disegnati per le aziende che abbiamo menzionato sono risultati vincitori di alcuni tra i più importanti premi internazionali di design al mondo, decretando di fatto l'ingresso dell'accessorio, del complemento, nella cerchia del prodotto 'di design' a tutti gli effetti.

**Oltre al prodotto si occupa però anche di flagship e showroom aziendali, come ha fatto per esempio per Arredo3...**

La progettazione degli spazi di narrazione del prodotto, quali appunto sono gli showroom, è un capitolo essenziale nella definizione degli ambiti di rappresentazione di un brand. Lo spazio espositivo è uno spazio di coerenza che assolve da scenografia per la contestualizzazione della cucina e che allo stesso tempo la connette all'identità aziendale, al catalogo, alla strategia di comunicazione. E partendo da questi presupposti che assieme al mio studio mi sono occupato dello sviluppo di due progetti iconici per Arredo3: il restyling dello showroom aziendale di Scorzè e il progetto del primo showroom milanese del brand, lo store di Milano Solferino.

Il restyling dello showroom è nato dalla richiesta di Arredo3 di disporre di uno spazio che fosse fortemente rappresentativo per l'azienda, perseguendo la visione di un percorso di crescente affermazione della forza del marchio, e contemporaneamente per far conoscere le caratteristiche distintive dei propri prodotti, la capacità progettuale e la qualità di ogni dettaglio. Lo showroom è stato concepito come punto di riferimento della rinnovata strategia espositiva e designato a tracciare le linee guida dei successivi monomarca aziendali.



**Tra qualche mese ci sarà il Salone del Mobile, ci dà qualche anticipazione di cosa vedremo dei suoi progetti?**

A Milano presenteremo una inedita versione delle Small Living Kitchens™ di Falper, proseguendo la 'tradizione' di aggiungere ogni anno alcune novità utili ad ampliare la gamma. Ma purtroppo non posso rivelare molto.

E poi ci saranno nuovi upgrade anche ai progetti per Febal Casa, naturalmente per quanto concerne la cucina: nuovi cataloghi, novità di prodotto, sia in fiera sia fuori. E anche qui non posso aggiungere molto al momento!

E poi sono felice di menzionare quello che accadrà relativamente ai nuovi prodotti sviluppati per alcune aziende del mondo dell'accessorio. Verranno presentate in sedi diverse alcune novità di prodotto di recente messa a punto, come i progetti Meta e Systema per Domus Line e una nuova gamma di prodotti per Topstar.

**Dove si vede tra 10 anni?**

Difficile dirlo, il nostro settore cambia configurazione a velocità sempre maggiore e personalmente ho la tendenza a basarmi sulle sensazioni del momento, senza predeterminare nulla. Oltretutto non amo prendere in considerazione orizzonti temporali troppo lunghi: preferisco focalizzarmi sul presente e dedicarmi a esso con il massimo delle energie e della concentrazione.

Più che parlare di come mi vedo nel futuro, posso rivelare uno dei punti della mia bucket list. Ho un sogno: prima o poi mi piacerebbe progettare un prodotto, ovviamente sempre riferito all'ambito dell'arredo, senza un committente. Sviluppare un progetto totalmente libero da briefing, obiettivi e vincoli di mercato, ideando il concept di un prodotto basandomi esclusivamente sulla mia interpretazione del tema. E, solo in seguito, trovare un produttore o un editore a cui assegnare il progetto e la sua commercializzazione.

Quindi, in un certo senso, mi piacerebbe fare il tentativo di invertire il classico processo che ha inizio dal committente – e da concrete necessità di mercato – e replicare invece quello che accade nel mondo dell'arte, dell'autoproduzione o della musica indipendente: partire dall'idea, dall'intenzione creativa pura e poi affidare il risultato a un editore che ne intuisca il potenziale e la metta sul mercato.



## Testata: Progetto Cucina Data: gennaio-febbraio 2024

Inchiesta

# UN SALONE TUTTO NUOVO

*Dopo l'esperienza positiva di EuroLuce, anche EuroCucina e Salone Internazionale del Bagno si trasformano completamente per migliorare l'esperienza dei visitatori. Vi raccontiamo tutte le novità e cosa ne pensano alcune aziende espositrici...*

 Arianna Sorbara

22



**M**eno passi e più contenuto. Potremmo riassumere così i nuovi padiglioni di EuroCucina e del Salone Internazionale del Bagno che tra pochi mesi saranno ai banchi di prova.

Perché, come abbiamo già avuto modo di raccontare, la 62 edizione — che si terrà a Rho Fiera dal 16 al 21 aprile 2024 — sarà ancora all'insegna del cambiamento.

Del resto, la volontà del Salone di trasformarsi 'da fiera a evento' e di evolvere in maniera rapida e fluida per continuare a essere la manifestazione di riferimento che dà la linea al settore dell'arredo e del design a livello internazionale, era già iniziata l'anno scorso con la revisione di EuroLuce a cura dello studio di architettura di Lombardini22, primario gruppo dell'architettura e dell'ingegneria italiana che anche quest'anno supporta il Salone nel progetto di evoluzione del layout e dell'esperienza fieristica. Gli ottimi ri-

scontri di EuroLuce (come risulta dalle oltre 1.200 interviste fatte dal Salone ai propri utenti durante l'ultima edizione), hanno dato il la a estendere il restyling anche alle biennali della cucina e del bagno con l'obiettivo di arrivare, gradualmente, a rivedere il concept di tutti i saloni.

Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile. Milano, durante l'ultima conferenza stampa ha voluto sottolineare proprio come l'ascolto dei visitatori, delle aziende espositrici e degli stakeholder, tutti coinvolti a vario titolo in interviste sul campo, o in tavoli di lavoro più specialistici per coglierne percezioni, desideri e necessità, siano stati essenziali per ridefinire i layout.

Così, dato che l'approccio human centric suggerisce di porre al centro delle scelte strategiche e di business, l'essere umano in una prospettiva sempre più olistica, l'intuizione della Manifestazione è stata quella di affidarsi alle neuroscienze.





# Testata: Progetto Cucina

## Data: gennaio-febbraio 2024



Inchiesta

### ARREX LE CUCINE

**Quale la sua opinione sul nuovo layout di EuroCucina? Pensa che vi favorirà?**

Il nuovo layout è stato pensato considerando prevalentemente i flussi di visitatori; comprendiamo che il cambiamento sia inevitabile e siamo aperti a valutare i benefici della nuova disposizione. Per quanto riguarda i padiglioni della cucina i visitatori non sono mai mancati, anzi, sono i padiglioni con maggior afflusso di pubblico. Sarà interessante vedere come questa scelta influirà sulla visibilità e sull'interazione con i visitatori del Salone del Mobile.

In più FTK verrà mescolato con le cucine e non avrà più uno spazio dedicato. Con le case di elettrodomestici siamo in partnership e presenteremo nel nostro stand i loro nuovi e migliori prodotti, in linea con le nostre idee.

**La vicinanza con altri big del settore a vostro avviso sarà un punto di forza?**

La concentrazione di aziende design-oriented nei padiglioni ci offre l'opportunità di interagire più direttamente con operatori del settore e clienti interessati a queste soluzioni. Riteniamo che questo nuovo layout ci spinga a ripensare completamente al concetto di esposizione e presentazione dell'azienda ma siamo certi che possa favorire le interazioni e potenziare la visibilità di Arrex.

**Quale sarà il leitmotiv per Arrex e come riuscite a coinvolgere il visitatore?**

Ecosostenibilità sarà la parola chiave che ci accompagnerà al Salone e non solo. Vogliamo mettere l'uomo al centro, non i prodotti e far vivere, a chi verrà a visitare il nostro stand, un'esperienza da ricordare.

24

Eira Polevillo  
Amministratore Delegato  
di Arrex Le Cucine



Giovanni Battista Vacchi,  
Amministratore Delegato  
del Gruppo Colombini

### FEBAL CASA

**Come valuta il nuovo format proposto dalla Fiera?**

Sicuramente ci fidiamo della visione strategica di chi organizza il Salone del Mobile che senz'altro ha ragionato in maniera molto approfondita nel proporci questo nuovo layout. Per il Gruppo Colombini la partecipazione alla Fiera rappresenta un importante investimento e confidiamo possa dare una forte spinta allo sviluppo del business internazionale. Data l'unicità e particolarità del format Febal Casa, pensiamo possa essere una grande opportunità essere vicini a nostri competitor proprio perché siamo gli unici a poter garantire una casa completa con finiture comuni anche tra cucina e zona giorno che rendano l'ambiente non solo estremamente piacevole ma senz'altro esteticamente molto più d'impatto. Questo deriva dal fatto che Febal Casa è l'unico brand che al contempo è produttore sia di cucine, sia di tutti gli ambienti della casa.

**Quale sarà il leitmotiv per Febal Casa e come riuscite a coinvolgere il visitatore?**

Vogliamo far vivere ai nostri visitatori un'esperienza unica, totalmente immersiva proponendo un concept che esplori in modo approfondito l'idea di casa attraverso differenti tipologie di ambienti. L'arredamento verrà reinterpretato in chiave 'architettonica' così da creare spazi fluidi da vivere in modo libero. Sicuramente il punto di forza di Febal Casa sarà l'ampia offerta delle collezioni.

**Cosa vedremo nella prossima edizione?**

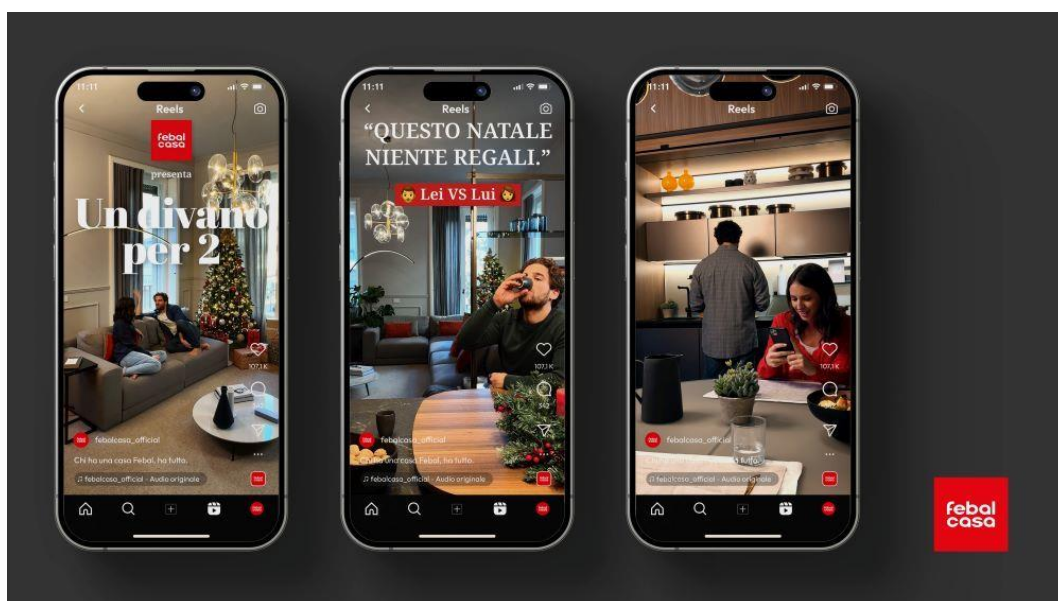
In particolare, per quanto riguarda le cucine, che continuano a essere il nostro core business, presenteremo interessanti novità in termini di composizioni e finiture.

Verranno presentati molti archetipi del design della casa che saranno in grado di creare sinergie tra la zona cucina, giorno e notte.

Lo stand Febal Casa esprimerà appieno il nostro potenziale, per questo invitiamo tutti a scoprire tutte le novità direttamente nel nostro spazio.



# Febal Casa: sì alla prima web serie



Ha debuttato la prima web serie 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.

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.

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 anche 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.

## Testata: Pambianco Design

Canale: LinkedIn

Data: 12 gennaio 2024

PAMBIANCO  
*news*

DESIGN

Pambianco Design

⋮ ×

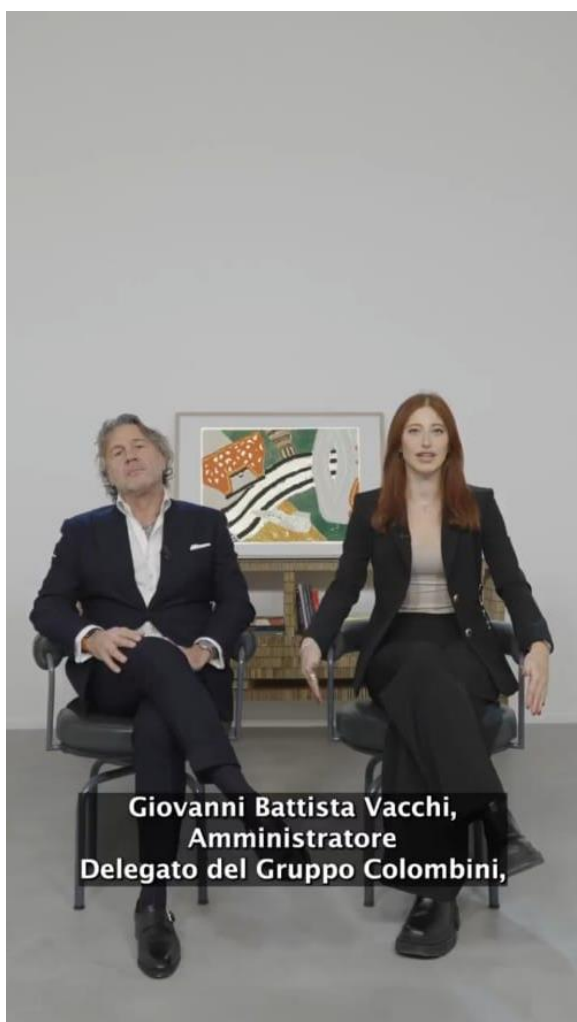
7.987 follower

24 minuti • 🔒

A TU PER TU con [Giovanni B. Vacchi](#), CEO di [Colombini Group](#), Gruppo leader nel settore dell'arredamento italiano che include i marchi [Colombini Casa](#), [Febal Casa](#), [Bontempi Casa](#), Offic'è e [Colombini Group Contract](#) Division.

Giovanni Battista Vacchi ci racconta qual è la mission di Febal Casa, la percezione estera del brand e le sue future aperture oltreoceano e il progetto di formazione Colombini Academy.

[#design](#) [#atupertu](#) [#interiordesign](#)  
[#madeinitaly](#)



**Testata:** Pambianco Design

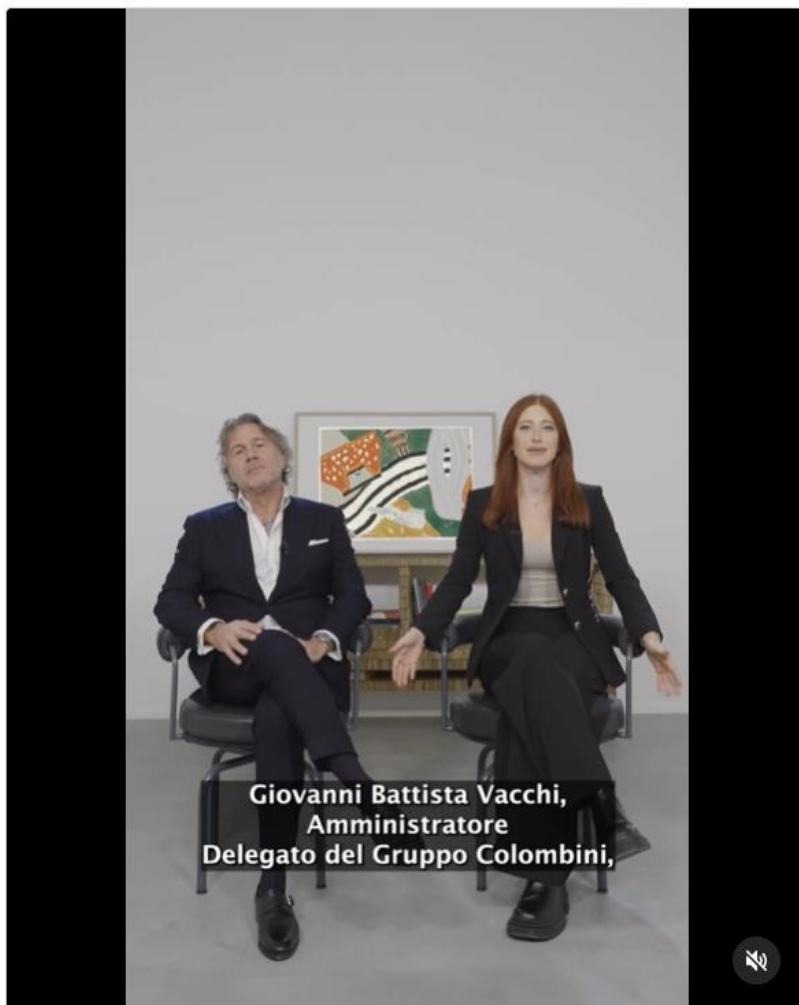
**Canale:** Instagram

**Data:** 12 gennaio 2024



pambiancodesign • 5 m

Audio originale



pambiancodesign A TU PER TU con Giovanni Battista Vacchi, CEO di Colombini Group, Gruppo leader nel settore dell'arredamento italiano che include i marchi Colombini Casa, Febal Casa, Bontempi Casa, Offic'è, Colombini Group Contract Division.

Giovanni Battista Vacchi ci racconta qual è la missione di Febal Casa, la percezione estera del brand e le sue future aperture oltreoceano e il progetto di formazione Colombini Academy.

[@giovanni\\_vacchii](#) [@febalcasa\\_official](#) [@colombinicasa\\_official](#)  
[@bontempi\\_casa](#) #design #atupertu #interiordesign #madeinitaly

# Febal Casa lancia la prima web serie

Febal Casa offre un momento di leggerezza e divertimento con una web serie che si svolge negli ambienti di una casa Febal.

**Febal Casa**, importante realtà nel settore dell'arredamento per la casa con oltre 200 punti vendita in Italia e all'estero, ha deciso di trasmettere l'atmosfera e i valori del brand tramite una **web serie** che regalerà agli utenti dei momenti di divertimento e di leggerezza. Per questa sua prima web serie, ha collaborato con l'**agenzia creativa Gibbo&Lori**. Il risultato sono una serie di episodi incentrati sul racconto del modo in cui vengono vissuti gli ambienti di una **casa Febal**; i protagonisti sono una classica "coppia della porta accanto", in cui spicca Mignolino, che abbiamo già visto nella spot "Voglio una casa arredata così". Ironia e complicità sono le caratteristiche chiave dei protagonisti, che si ispirano alla serie di successo *Love Bugs*.



*"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 – affermano **Gibbo&Lori**, creatori della web serie – È stato un bellissimo esperimento reso possibile grazie a un team di persone che crede che la comunicazione debba saper vendere, ma anche intrattenere".*

Nelle sceneggiature degli episodi della serie si alternano scene di vita quotidiana sia alcuni momenti speciali come ad esempio il Natale o San Valentino; le location sono costituite dagli appartamenti della Housing & Hospitality Division del Gruppo Colombini, di cui Febal Casa fa parte, e dal **flagship store di Brera**, a Milano.

La produzione, che ha recentemente debuttato **sui canali social del brand**, fa parte di un progetto di comunicazione integrata più ampio, che dà seguito alla campagna del 2023 "Che Bomba Febal Casa" e che prevede una pianificazione pubblicitaria su diversi canali: televisione, radio, stampa, canali digitali e social media.

**Guarda [qui](#) video di un episodio della web serie Febal Casa**





# Boiserie modulari e multitasking

*I nuovi sistemi boiserie modulari, articolati e accessoriabili si estendono e collegano cucina e living coniugando contenimento e personalità*

Modulari e flessibili, le **boiserie** più attuali sono oramai diventate un complemento ad alto valore decorativo, ma anche funzionale. Un tempo identificate come i rivestimenti in legno che rivestivano le pareti, oggi le boiserie sono **sistemi d'arredo articolati**, che si compongono di **moduli abbinabili tra loro in larghezza e in altezza**, arredando intere pareti e diventando spesso elementi jolly di capaci di **creare continuità stilistica tra la zona operativa della cucina e il [living](#)**. Tra i modelli più evoluti, quelli **con doppia funzione**, progettati per creare **sia soluzioni a parete sia centro stanza**.

## FEBAL CASA

*Febal Casa: modello Origina con boiserie Moove Slim*





Nella soluzione a penisola della **cucina Origina**, di [Febal Casa](#), spicca un **sistema ispirato ai complementi da soggiorno**: 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, portacoltelli, vaschette** per piantine. La **boiserie è realizzabile in soluzioni angolari e con schienali** in spessore 12 o 20 mm **in laminati, gres o quarzi abbinabili ai top**. Sopra, il **pensile da 180 cm** in nobilitato Eucalipto ad anta unica con cappa integrata. L'armadiatura in nobilitato Eucalipto è intercalata dalle due colonnine a giorno Daily in laccato opaco mastice, come le basi ad angolo. Il piano snack Totem è in Fenix Blue Shaba.



# Come scegliere la cucina: le cose fondamentali da sapere e decidere

Quando si deve acquistare una nuova cucina, bisogna ponderare bene tanti fattori, che interessano sia l'aspetto estetico sia la funzionalità. 5 cose da valutare in modo prioritario.

L'acquisto della cucina rappresenta una delle decisioni più cruciali per la propria abitazione, ma allo stesso tempo è tra le più complesse. Da dove cominciare? Dalla scelta delle finiture o dalla [progettazione](#)? Va detto, poi, che i dubbi oggi sono amplificati data la vasta gamma di opzioni disponibili. Questo può essere un ostacolo significativo per coloro che tendono a essere indecisi di natura. E spesso i cataloghi non aiutano, perché gli ambienti fotografati sono ben lontani da quelli in cui vive la maggior parte delle persone, soprattutto in città.

Vediamo allora quali sono le tendenze, sia dal punto di vista delle finiture sia progettuali, tenendo presente che molte soluzioni possono essere "riproporzionate", in modo da adattarsi all'interno di abitazioni di dimensioni più contenute. Per un'ispirazione più autentica, orientata verso cucine effettivamente abitate e vissute, ti invitiamo a esplorare la nostra sezione [Case](#).

## 2 Scegliere il colore della cucina: monocromatica o mix & match?

Abbandonata l'idea di cucina monocromatica, in particolare di quella **total white**, oggi vince chi sa abbinare meglio le tinte, delicate o audaci, anche in finiture differenti. Di grande tendenza, l'accostamento di superfici laccate lisce e materiche. Lo stesso discorso vale per i sistemi di apertura che facilitano le operazioni. Anche se prevalgono le composizioni con apertura "a gola", l'alternanza tra ante con e senza maniglia dona più dinamismo alle composizioni e movimentata l'insieme. Per chi preferisce avere pannelli dello stesso colore, per dare carattere alla cucina è sufficiente scegliere un piano di lavoro, un'alzata (nel caso delle composizioni a parete) o una boiserie dal tocco più deciso.



Traccia di Febal Casa

Nella cucina Traccia di Febal Casa, due zone distinte fanno da cornice alla zona pranzo e creano passaggi obbligati all'interno della casa, separando gli ambienti, senza dividerli. Grigio e corallo definiscono una parete con vetrine, forni e armadi; il rivestimento effetto marmo pone il focus su lavelli, fuochi, penisola e mensole. La composizione in grigio fango monolaccato lucido è arricchita da top e schienale Laminam Bianco statuario venato soft touch e da colonne Daily con interno Corallo, vetro trasparente fumé e illuminazione led verticale. Prezzo su preventivo. <http://www.febalcasa.com>

# Arredamento casa: le tendenze 2024 di interior design



*La tecnologia entra con forza nelle abitazioni, per un design innovativo che unisce bellezza estetica e mondo tech*

Il **mondo dell'arredamento d'interni**, proprio come quello della moda, crea nuove tendenze ogni anno. Alcune di queste diventano **evergreen iconici** (il parquet, le pareti bianche, i mobili in legno, ecc.) che rimangono all'interno delle abitazioni e si legano alle abitudini domestiche, rappresentando punti di riferimento per produttori, Designer e grandi Aziende del settore, come ad esempio **Febal Casa**. Altre seguono semplicemente gli **stili del momento** per poi trasformarsi o svanire, proprio come una forma d'arte che riflette emozioni, esigenze e bisogni contemporanei.

Di seguito analizziamo quali sono i **trend dell'arredamento d'interni** che condizioneranno l'aspetto delle nostre case nel 2024.

Le 3 tendenze più gettonate per l'arredamento casa 2024

La parola d'ordine per l'arredamento casa del 2024 è **sostenibilità**: come per altri settori, anche quello dell'interior design pone ormai

grande attenzione verso il rispetto per l'ambiente e propone un **approccio più green** all'insegna del riutilizzo di quello che già si possiede e dell'arredo fatto con materiali naturali ed eco-friendly, oggetti sostenibili, ecologici e riciclati e mobili e complementi realizzati con procedure a basso impatto ambientale (risparmio delle risorse, utilizzo di energie rinnovabili, riduzione delle emissioni, ecc.).

Anche la **tecnologia** entra con forza nelle abitazioni, per un design innovativo che unisce **bellezza estetica e mondo tech**, con mobili e accessori integrati con tecnologia smart, spazi più intelligenti e ambienti di assoluta avanguardia.

Infine, spazio alla **multifunzionalità**: il nuovo arredamento viene pensato per essere funzionale, flessibile e modulare e per adattarsi completamente alle nuove esigenze moderne in modo semplice e immediato.

Le tendenze 2024 di interior design per ogni ambiente della casa

Ogni **stanza presente in casa** deve avere il suo stile ben definito, che in questo 2024 verrà condizionato da alcuni trend imperdibili in fatto di interior design.

Partiamo dal **bagno**, che si configura nuovamente come ambiente rilassante e confortevole, prediligendo colori chiari, materiali naturali, linee pulite ed elementi che regalano quel tocco di eleganza in più tra funzionalità, estetica e innovazione (docce a filo pavimento, mobili sospesi, illuminazione integrata, ecc.).

La **cucina** è invece protagonista di alcune novità che la rendono sempre più fulcro dell'intera abitazione: isole multifunzione e banconi snack, vetrine illuminate, pensili a soffitto, pareti attrezzate, ecc. Il **trend** che andrà per la maggiore però sarà inglobare la cucina nel living per creare un ambiente unico: gli **open space** sempre più vivibili trascineranno l'arredo casa 2024 come soluzioni pratiche, moderne e spaziose.

Per la **camera da letto** si ai colori neutri per creare un'atmosfera rilassante e sofisticata, ma che giocano sul contrasto tra **texture differenti ed elementi naturali**, per rompere i classici schemi dello stile e dare vita a un ambiente assolutamente unico e originale. Anche un tocco di **cromato** (il metallo più in voga nell'interior design 2024) è



tecniche di verniciatura speciali) per aggiungere profondità e tattilità al primo sguardo.

# Avec son concept dédié aux espaces de la maison, Febal Casa étend sa présence en France [EspritMeuble 2023]



Sur 160 m<sup>2</sup>, la marque et enseigne **Febal Casa** a exposé ses modèles de cuisines et son offre living avec une partie salon, des solutions de rangement et des zones nuit. Progressant de plus en plus à l'export, et dans le cadre de son plan d'internationalisation, Febal Casa compte affirmer sa force de distribution en France.

Cela faisait 4 ans que Febal Casa n'avait pas mis en lumière ses collections sur EspritMeuble. Créée en 1959, la marque appartient au groupe familial **Colombini**, qui possède 5 marques et 3 filiales dans le monde. En réalisant un chiffre d'affaires de 300M€ en 2022 pour une production quotidienne de 2000 m<sup>3</sup>, il prouve sa puissance dans l'industrie du meuble et du design. En constante expansion, le groupe Colombini fait sans cesse évoluer ses marques, dont Febal Casa, pour répondre aux différents besoins du marché.

« Alors que la majorité de la distribution est basée en Italie, nos chiffres à l'export progressent massivement. Surtout en Europe où nous sommes présents en France avec des magasins monomarque et shop-in-shop ainsi qu'en Suisse, Espagne, Royaume-Uni, et dans les pays méditerranéens », lance **Moreno Semprini**, directeur des ventes Europe, Moyen-Orient et Afrique pour Febal Casa. La marque est largement présente au Moyen-Orient, sur le marché retail, ainsi

qu'aux États-Unis où vient d'ouvrir la nouvelle filiale dans le design district de Miami. Depuis la fin du covid, le groupe a investi sur le marché asiatique et chinois.

Aujourd'hui, Febal Casa dispose plus de **200 magasins monomarque dans le monde**. Elle se développe à travers un **concept retail** comprenant la communication, le marketing, l'identité du point de vente, un logiciel et une Academy de formation. Alors que l'export représente **15% du chiffre d'affaires du groupe**, Febal Casa entend investir davantage pour progresser et étendre sa présence en France, un marché à fort potentiel et déjà l'un des meilleurs partenaires de l'Italie dans le secteur cuisines et meubles.

### Des gammes de cuisines, qui s'élargissent à la maison

Baptisée Febal, la marque se focalisait, à ses débuts, sur le marché de la cuisine. « *Afin de nous différencier, nous proposons un concept autour de la maison. De là est née Febal Casa, son slogan <sup>2</sup>La marque pour aménager toute la maison<sup>2</sup> et sa gamme de produits sur un segment de prix premium* », souligne Moreno Semprini. Elle propose de nombreux ensembles d'ameublement et rangements (du séjour à la salle à manger, en passant par la chambre). Cela permet aux revendeurs de vendre un agencement global de la maison et d'augmenter le panier moyen des ventes. « *Le Total Living est devenu la philosophie de notre entreprise. C'est le futur de notre secteur* », ajoute le directeur des ventes.

Sa présence sur EspritMeuble illustre sa stratégie avec un stand similaire aux points de vente et à la maison contemporaine. À travers 3 modèles de cuisines dont **Origina** et **Modula Over**, une zone salon avec la bibliothèque **Trenta**, un meuble de TV, un buffet et le canapé **Navigli**, ainsi qu'une zone nuit avec le nouveau système de dressing **Hype**, de nombreuses collections et finitions étaient mises en exergue.

Febal Casa développe, outre les fonctionnalités, de nombreuses solutions esthétiques. Pour cela, elle réalise plusieurs collaborations en faisant appel au directeur artistique **Paolo Colombo** (Studio A++) et **Andrea Federici** (design pour les cuisines). Cette année, le design était mis à l'honneur à travers un produit signature de **Daniel Libeskind** reconnaissable par ses formes géométriques et son relief typiques de son architecture. Présenté l'an dernier au salon du meuble de Milan, il reprend le mouvement du « deconstructuralism ».

### En chiffres

- Marque premium parmi les enseignes du Groupe Colombini
- 200 magasins monomarkes et plusieurs shop in shop
- 3 sites de production, dont 1 en Italie de 250 000 m<sup>2</sup> situé à San Marino