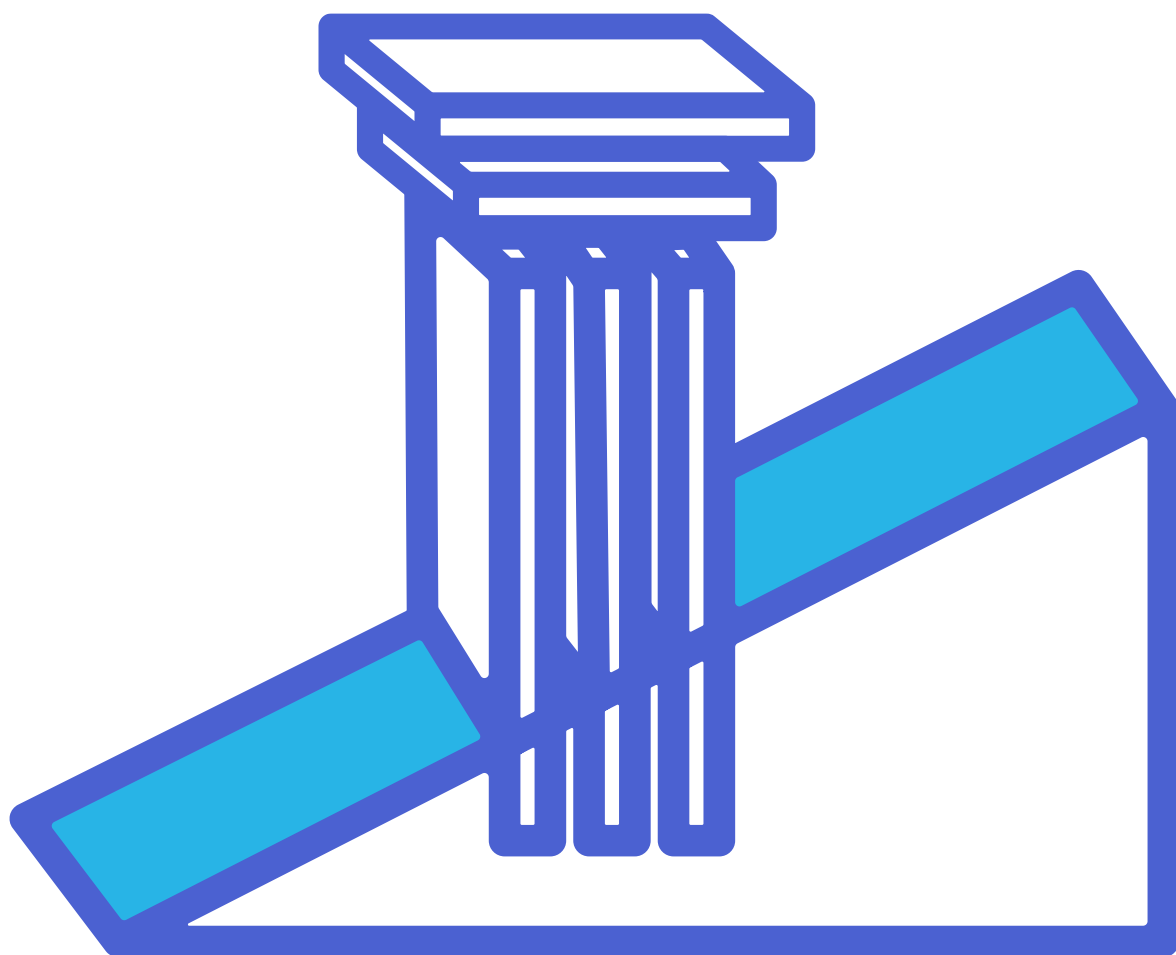

Rassegna Stampa

Gennaio 2026

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

febal
casa



Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Interni - Milano Design Hub & Spoke	gennaio- febbraio 2026	Articolo dedicato a Febal Casa e al progetto Ambassador
Milanofinanza.it/fashion	3 gennaio 2026	Articolo dedicato a Febal Casa con intervista al Presidente e CDO Emanuel Colombini
Ambientecucinaweb.it	29 gennaio 2026	Uscita prodotto: libreria LAPIS



M
D
H&S

Milano Design Hub & Spoke

Architecture of the home



The Febal Casa showroom in San Marino is the result of a collaboration between the Colombini Group's R&D Office and Paolo Colombo's Swiss architecture practice A++. With a floorspace of 1,000 square meters, it features four Houses – Autentica, Perfetta, Audace e A-Mare – linked by a gallery displaying Febal Casa wardrobe systems. Travertine, parquet laid in a herringbone pattern, fitted carpet and wood panelling dialogue with the wall coverings and scenic ceilings.



FEBAL CASA
San Marino

With the Ambassador formula, the Febal Casa showroom becomes a space where design is experienced and narrated. A center of design culture that creates connections with clients, architects and designers and relates the evolution of the brand



“SHOWROOMS ARE STRATEGIC TOUCHPOINTS THAT STRENGTHEN THE DIALOGUE WITH THE PUBLIC AND CONSOLIDATE OUR ABILITY TO OFFER A CONTEMPORARY HOME THAT COMBINES AESTHETICS, FUNCTION AND PERSONALITY”

EMANUEL COLOMBINI

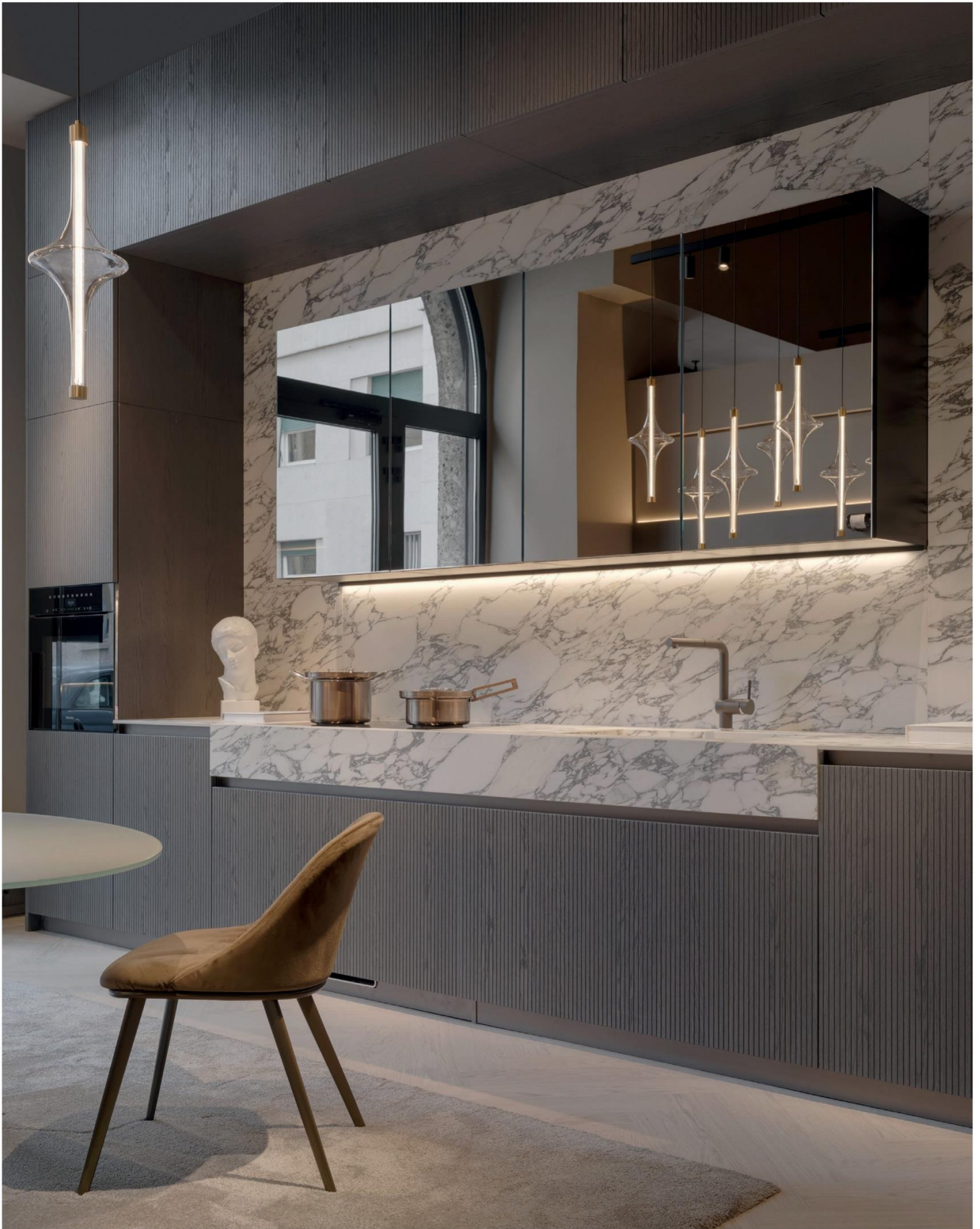


FEBAL CASA BRERA
Via Fatebenefratelli 18, Milano

Febal Casa’s Ambassador concept – “where design is narrated, lived, and becomes an experience, and where material, architecture, and emotion merge” – finds full expression in the Febal Casa showroom in San Marino, created in collaboration between the Colombini Group’s R&D Office and the Swiss architecture studio A++ headed by Paolo Colombo. “We see this space not only as a showcase, but also as a concrete extension of our design and entrepreneurial identity,” explains Emanuel Colombini, President and Chief Design Officer of Colombini Group. “I strongly believe in the value of showrooms as spaces for design culture, being capable of generating authentic connections with clients and recounting the evolution of our brands.”

At left, the Onda collection designed in collaboration with Zaha Hadid Architects consists of two pieces of furniture – the Onda island and the Onda sideboard – united by the back-painted glass door with a metal effect

that enhances its depth and interaction with light. At right, the kitchen of the Origina system with ribbed Square door, with countertop and backsplash in Natural Matte Optimum Arabescato Corchia.





The space is laid out on an area of 1000 square meters and divided into four Houses – Autentica, Perfetta, Audace and A-Mare – connected by a display gallery featuring Febal Casa wardrobe systems. “Showrooms are strategic touchpoints that strengthen our dialogue with the public and consolidate our ability to present the contemporary home. It is here that the home shapes up and, with it, our vision of living,” says Colombini. The brand’s Ambassador formula, which transforms the showroom into an immersive journey into the heart of the corporate identity, finds full expression in its Febal Casa Brera flagship store. The spacious 235-square-meter space showcases materials, exclusive textures, and color schemes: from parquet laid in traditional Italian style to lighting built into a Canaletto walnut ceiling. An ambience conceived as a true architecture of the home. The centerpiece of the Milan

showroom, in the heart of the Brera Design District, is Onda, the Febal Casa collection created in partnership with Zaha Hadid Architects. “The Brera flagship store,” observes Giovanni Battista Vacchi, CEO of Colombini Group, “stands for our approach to the world of design. The strength of the brand lies precisely in its ability to transform a design vision into competitive products on the global market.” On the second level of the building in Via Fatebenefratelli 18, two concept apartments have been furnished that represent the project Housing & Hospitality Division, aimed at residential contracts, builders and real-estate companies. “The emotional aspect is very important,” explains its creator Emanuel Colombini. “It shows visitors how materials and finishes transversal to the rooms of the home can create a very welcoming interior and increase the perceived value of the whole property.”



**“TO DISPLAY THE CONCEPT OF HOME,
THE CONTAINER OF THE CLASSIC SHOWROOM
OR SINGLE-BRAND STORE IS NO LONGER
ENOUGH. THE EVOLUTION LIES IN FULLY
ADAPTING THE FURNISHING SOLUTIONS
TO A REAL LIVING SPACE”**

EMANUEL COLOMBINI



Above, the living and dining area is conceived as an integrated system; the accessorized wall comprises furnishing systems that alternate voids and solids. The Phoenix table with a charcoal oak top and brass details; Nives seats, in sand-colored leather. At right, the concept apartments of the Housing & Hospitality Division, a

project especially for residential contracts, builders and real-estate companies. The apartments, of 140 and 70 square meters, are designed to achieve a perfect balance between design and the emotional component, between homage to the style of the building that houses them and the lifestyle touch of the Colombini Group brands.

Abitare sulla cresta dell'onda

«Puntiamo a diventare un polo dell'arredo e aumentare la quota di export, che oggi rappresenta circa il 15% del fatturato», ha detto a *MFL-Magazine For Living* Emanuel Colombini, presidente e cdo di Colombini group, realtà che controlla Febal casa. «Nel nostro modello, industria e architettura convivono in equilibrio, come nella nuova collaborazione con Zaha Hadid architects»



La madia della collezione Onda di Febal casa, progettata con Zaha Hadid architects (courtesy Febal casa)

Si chiama Onda la collezione svelata da **Febal casa** in collaborazione con **Zaha Hadid architects** all'ultima **Milano design week** e si ispira all'energia primordiale del mare,

trasformando lo spazio in un'estetica fluida e tridimensionale. In un dialogo tra natura e design. Zaha Hadid architects, **Daniel Libeskind** sono alcuni tra i grandi nomi che hanno firmato i progetti per il brand di **Colombini group**, che ha nel suo portafoglio anche altri marchi, come **Bontempi** e **Colombini casa**. «Puntiamo a diventare un polo dell'arredo e vogliamo aumentare la quota di export, che oggi già rappresenta circa il 15% del fatturato ed è in costante crescita», ha detto a *MFL-Magazine For Living* il presidente e cdo di Colombini group **Emanuel Colombini**. Con un turnover di circa 290 milioni di euro e una crescita del 12% dell'ebitda, il gruppo prevede un'espansione, sia attraverso lo sviluppo interno sia con acquisizioni strategiche.

L'arredo non è solo estetica e funzionalità ma uno strumento per migliorare la qualità della vita. Come?

Oggi abitare significa progettare ambienti capaci di rispondere ai bisogni reali e quotidiani delle persone. Con Febal casa interpretiamo l'arredo come un linguaggio che entra in dialogo con la vita di chi lo vive, creando ambienti dove potersi riconoscere. Le case non sono più semplici contenitori ma ambienti in divenire, pensati per offrire benessere, comfort e identità. Un chiaro esempio di questo approccio è l'inserimento di aree dedicate a momenti conviviali, al relax, alle passioni individuali, come una sala hobby, un angolo winery e lettura, diventati ormai elementi essenziali nelle soluzioni d'arredo contemporanee.

In una narrazione dell'abitare fluida tra i diversi ambienti, qual è la vostra visione?

La nostra visione dell'abitare si fonda su un'idea evoluta di sistema, non concepiamo i singoli ambienti come mondi a sé, ma come parti di un racconto coerente, dove ogni elemento dialoga con l'altro in termini di linguaggio estetico, materico e funzionale. È per questo che non parliamo mai soltanto di collezioni ma di soluzioni integrate pensate per l'intero spazio domestico. Febal casa si distingue infatti per la capacità di offrire un progetto che abbraccia cucina, living, dining e zona notte, superando le tradizionali divisioni. Un esempio è il sistema cucina Origina, una piattaforma flessibile e trasversale, che consente la massima libertà compositiva attraverso moduli attrezzati, ante, elementi di contenimento e accessori, coordinati tra loro. In questo modo, la cucina si apre al soggiorno, poi segue la zona notte, in un flusso continuo di forme e superfici per un'esperienza immersiva e fluida.

Industria e architettura possono coesistere? Quanto investite in tecnologia?

Nel nostro modello, industria e architettura convivono in un equilibrio dinamico che unisce capacità produttiva e ricerca estetica. Investiamo costantemente in automazione, intelligenza artificiale e digitalizzazione, strumenti che ci consentono di garantire qualità, velocità e flessibilità, senza rinunciare alla cura artigianale del dettaglio. Un esempio è la lavorazione del vetro della collezione Onda, firmata Zaha Hadid architects, dove innovazione tecnologica e maestria manuale si fondono in armonia. Questo dimostra che il design può essere replicato su scala industriale senza perdere un approccio ispirato all'artigianalità.

Prevedete acquisizioni? C'è già qualche accordo in itinere?

Certamente la nostra strategia d'espansione passa anche attraverso acquisizioni strategiche mirate ad ampliare l'offerta e consolidare il nostro ruolo come polo nel settore dell'arredo. Stiamo valutando operazioni che possano rafforzare la presenza internazionale e arricchire il nostro portafoglio con nuove competenze progettuali e linguaggi stilistici.

Le collaborazioni con firme internazionali dell'architettura da Daniel Libeskind a quella con Zaha Hadid architects hanno avuto un ruolo strategico per l'azienda?

Le collaborazioni con grandi firme dell'architettura internazionale ci permettono di dialogare con nuovi mercati, rafforzare l'attrattività, ampliare la rete di relazioni strategiche e consolidare la presenza globale del brand. Sono occasioni preziose per spingere i confini del progetto oltre i consueti paradigmi, fondendo la forza espressiva del design contemporaneo con la solidità della nostra esperienza manifatturiera. L'incontro con Daniel Libeskind, avvenuto nel 2022, ha segnato una tappa determinante nell'evoluzione del brand Febal casa, contribuendo ad accrescere la riconoscibilità del marchio anche all'estero. Allo stesso modo, la sinergia con Zaha Hadid architects, con la collezione Onda, ha dato vita a una visione dello spazio domestico interpretato attraverso forme fluide e una forte carica emotiva.

Ci saranno a breve altre liaison creative? Ci può dare qualche anticipazione?

Sono già in fase di studio nuove collaborazioni che hanno l'obiettivo di arricchire il linguaggio progettuale e rafforzare l'identità del brand. Nel 2026 annunceremo un'importante partnership creativa, in continuità con l'ambizione di continuare a essere innovatori per il settore.

Il retail è il vostro core business? Quanto sono importanti gli store nella brand experience?

Il canale retail, in particolare i monomarca Febal casa, è il fulcro della nostra strategia commerciale. Gli store diventano ambasciatori del brand, progettati per offrire un'esperienza immersiva e personalizzata. Il progetto Ambassador prevede di trasformare i punti vendita in spazi dove stile, accoglienza e tecnologia creano un'interazione su misura con il cliente. Questa visione si esprime pienamente nello showroom Febal casa di San Marino, nato dalla collaborazione tra l'ufficio R&D di Colombini group e lo studio svizzero di architettura **A++** di **Paolo Colombo**. Allo stesso modo, la formula Ambassador si concretizza anche nel flagship store di via Fatebenefratelli, nel cuore di Brera a Milano, inserito in un edificio di pregio storico.

Volete espandervi all'estero. In quali Paesi?

L'internazionalizzazione è uno dei pilastri della strategia di crescita del brand. Oggi Febal casa è presente a livello world wide con 260 store, 190 in Italia e 70 all'estero.

Oltre la parete: librerie e sistemi flessibili

Le nuove librerie modulari e attrezzabili di noti brand cucina permettono di separare gli spazi senza sacrificare la luminosità e la percezione di ampiezza

Nell'architettura domestica il concetto di "muro" è quasi diventato un reperto del passato: al suo posto, ecco soluzioni che coniugano estetica e pragmatismo **come librerie e sistemi divisori modulari e attrezzabili**, capaci di definire gli spazi senza soffocarli, ideali quindi per ambienti aperti e fluidi. Il successo di queste librerie e dei nuovi sistemi flessibili sta quindi nella loro capacità di **creare zone distinte** - tipicamente separando il living dalla [cucina](#), ma anche la zona ufficio dalla camera - e di **mantenere intatta la percezione di ampiezza**. Per i nuovi layout d'arredo, presentiamo soluzioni e **librerie attrezzabili e personalizzabili in versione "passante" o bifacciali**, prive di schienale, oppure **a parete**, create dalle aziende del settore cucina e arredo.

FEBAL CASA, librerie versatili e personalizzabili

Febal Casa: la libreria Lapis nella versione a parete

1 di 3



Il **sistema-libreria Lapis di [Febal Casa](#)** è configurabile nella **versione a parete o centro-stanza**, e si adatta perfettamente anche ad ambienti giorno e notte. Il suo design inedito è personalizzabile grazie a diversi elementi compositivi: ripiani in vetro, in metallo o in pannello, pensili e basi in differenti modularità per soddisfare qualsiasi esigenza. Il sistema **Lapis è costituito da montanti in alluminio e ripiani** in vetro e in metallo o in pannelli di varie finiture, ed offre anche la possibilità di **integrare i forni**.

