

Italia Parlare

La cucina al centro dello spazio abitativo con soluzioni creative

I nuovi modelli contemporanei non rispondono soltanto a esigenze pratiche ma diventano progetti che creano luoghi emozionali

Il mantra “la cucina al centro”, che ha ispirato l’evoluzione di questo ambiente fino a oggi, rimane il riferimento anche per i nuovi progetti, che includono e si espandono, fondendosi con gli altri spazi della casa. Lo conferma Emanuel Colombini, presidente e cdo di Colombini Group, di cui è parte Febal Casa: «La cucina si evolve in un sistema aperto e identitario, capace di interpretare in modo autorevole i nuovi scenari domestici», dice.

La visione di Febal Casa e la crescita internazionale

In quest’ottica Febal Casa si presenta al Salone e a Eurocucina con un progetto organico che restituisce l’intera visione della casa. «Vogliamo consolidare la nostra leadership nel mondo cucina attraverso un linguaggio distintivo, dove design, innovazione e integrazione degli spazi definiscono nuove esperienze dell’abitare - conferma -. Il mercato italiano resta il nostro riferimento culturale, mentre acceleriamo un percorso di crescita internazionale nei contesti a più alto potenziale». Il Gruppo ha chiuso il 2025 con 290 milioni di fatturato e un export del 15%; l’obiettivo è di raggiungere il 25-30% nel 2030. Sono in via di sviluppo opportunità nel Middle East e negli Usa, dove verrà a breve inaugurato uno store Febal Casa a Las Vegas, dopo le aperture di Miami, Scottsdale e Orange County.

Boffi: strategia globale e sinergia tra brand

Per Boffi, marchio di cucine del gruppo Boffi|De Padova, il mercato americano rimane un orizzonte di riferimento stabile, mentre l’Asia registra una crescita del 20%; a novembre 2025 sono stati inaugurati due nuovi spazi monomarca a Wuhan e Shenzhen e ampliati gli showroom di Pechino e Shanghai. Se il gruppo vanta un fatturato consolidato 2025 di 123 milioni, di cui 75% dall’export, il solo marchio Boffi contribuisce per 84,3 milioni. La strategia di Roberto Gavazzi, presidente e ceo, punta alla sinergia tra i brand Boffi, ADL e De Padova. «Ci proponiamo come unico interlocutore capace di offrire soluzioni sofisticate ed esclusive per l’intero spazio abitativo. In quest’ottica, investiremo nella ricerca e nello sviluppo del progetto cucina, che converge quest’anno nel nuovo modello XPL di Piero Lissoni che integra ed evolve la collezione attuale, espressione di volumi puri e di un’avanzata ricerca costruttiva».

Snaidero: la cucina come esperienza emotiva

Il concetto di cucina come fulcro emozionale della casa ispira lo stand Snaidero a Eurocucina: l'azienda, che celebra gli 80 anni (fondata nel 1946 da Rino Snaidero a Majano, Udine), oggi ha Invitalia e Friulia come azionisti principali. «Il contesto attuale ci spinge a superare una visione puramente funzionale del prodotto - spiega Edi Snaidero, presidente del gruppo -, non basta più progettare cucine che rispondano a un bisogno pratico. La nostra direzione è chiara: vogliamo creare oggetti che generino autogrificazione, che emozionino chi li vive. Stiamo costruendo il nostro posizionamento nel medio-lungo termine: un percorso ambizioso che punta a rafforzare il valore del brand con l'obiettivo di raddoppiare il fatturato nei prossimi anni. Al centro della strategia c'è un consolidamento selettivo e qualitativo della rete distributiva, sia in Italia che all'estero, con un focus principale sullo sviluppo internazionale». Il piano prevede sia aperture mirate nelle aree a maggiore crescita come India, South Arabia, Indonesia, Cambogia, Vietnam, Filippine, sia un rafforzamento nei mercati consolidati come Usa, Regno Unito, Francia, Spagna e Australia.

Franke Home Solution: innovazione e sostenibilità

Novità anche per Franke Home Solution con la nuova generazione di sistemi lavello integrati Mythos Supernova e Mythos Antlantic, presentati durante il FuoriSalone nello showroom milanese di via Pontaccio: entrambi – il primo un lavello, il secondo una colonna accessoriata accanto al lavello - sono elementi dinamici, che possono scomparire quando non utilizzati, nell'ottica della massima integrazione della cucina nel living. La proiezione di Franke Home Solution, con un miliardo di fatturato nel 2025 e presenza in 80 mercati, è verso l'automazione e la sostenibilità: «Questo valore è parte integrante del nostro modello industriale - sottolinea Corrado Mura, ceo di Franke Home Solution -, il gruppo ha definito obiettivi climatici validati dalla Science Based Targets Initiative, con una riduzione del 56% delle emissioni Scope 1 e 2 entro il 2030 rispetto al 2020. Parallelamente, stiamo investendo in automazione, digitalizzazione dei processi produttivi e sviluppo di soluzioni per la cucina sempre più intelligenti».